



Mobiliseringseksperimenter ved kommunalvalget 2017

Hansen, Jonas Hedegaard; Hansen, Kasper Møller

Publication date:
2018

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):
Hansen, J. H., & Hansen, K. M. (2018). *Mobiliseringseksperimenter ved kommunalvalget 2017*. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. CVAP Working Paper Series Bind 4/2018

CENTRE FOR VOTING AND PARTIES
FACULTY OF SOCIAL SCIENCES
UNIVERSITY OF COPENHAGEN



Mobiliseringseksperimenter ved kommunalvalget 2017

Jonas Hedegaard Hansen & Kasper Møller Hansen

Center for Valg og Partier
Institut for Statskundskab
Københavns Universitet

CVAP Working Paper Series

CVAP WP 4/2018

ISSN 0906-1444

ISBN 978-87-7393-831-7



Resumé

Denne rapport indeholder felteksperimentelle evalueringer af fem mobiliseringskampagner ved kommunal- og regionsvalget i 2017. Formålet med kampagnerne er at øge valgdeltagelsen og vores forståelse for, hvordan vi kan øge valgdeltagelsen. Felteksperimenterne baserer sig på data om faktisk valgdeltagelse fra valglisterne, mens populationen for eksperimenterne bygger på udtræk fra CPR-registeret. De første større felteksperimentelle studier af mobiliseringskampagner i Norden blev gennemført ved kommunalvalget i 2013 (Bhatti et al. 2014a) og blev fulgt op ved Europa-Parlamentsvalget i 2014 (Bhatti et al. 2014b), og senere er lignende kampagner blevet lavet i blandt andet Norge og Sverige (Bergh et al. 2016; Nyman 2017). Denne evaluering bygger oven på disse studier og sikrer, at vi får solid viden at basere fremtidige indsatser på. Tidligere på året er der også blevet udgivet en deskriptiv rapport over valgdeltagelsen ved kommunal- og regionsvalget i 2017 (Hansen 2018).

Rapportens hovedformål er at evaluere effekten af fem forskellige indsatser på valgdeltagelsen. Metodisk benytter vi et felteksperimentelt undersøgelsesdesign (også kendt som randomiserede kontrollerede forsøg), da det sikrer, at man kan eliminere alternative forklaringer og derved præcist isolere mobiliseringstiltagenes effekt. Fælles for alle fem felteksperimenter er, at en *tilfældig* gruppe bliver udsat for en mobiliseringskampagne, mens en anden *tilfældig* gruppe ikke udsættes for tiltaget. Er der efterfølgende forskel på gruppernes valgdeltagelse målt via registerdata, kan vi tilskrive forskellen til selve effekten af kampagnen, da påvirkningen er den eneste systematiske forskel mellem grupperne. I rapporten evaluerer vi effekten af fem indsatser: To forsøg med at sende SMS-opfordringer, et forsøg med udsending af grundloven sammen med en stemmeopfordring, et forsøg med at ophænge plakater i opgange i socialt udsatte boligområder og endelig et forsøg for at se effekten af et fysisk postkort over for brugen af digital post i mobiliseringsindsatser.

Kapitel 1 beskriver formålet med felteksperimenter, mens kapitel 2 analyserer effekten af Folketingets udsending af grundloven sammen med en stemmeopfordring. Her blev der sendt to forskellige typer af stemmeopfordringer, herunder en humoristisk tegneserie, sammen med grundloven til tilfældigt udvalgte vælgere, der var fyldt 18 år imellem d. 4. december 2015 og d. 21. november 2017. Effekten var 0,1 procentpoint (dog statistisk insignifikant) ved anvendelsen af en formel stemmeopfordring, mens den var 0,7 procentpoint ved inklusionen af en humoristisk tegneserie om at stemme (statistisk signifikant).

I kapitel 3 analyserer vi effekten af to SMS-kampagner, hvor næsten 300.000 SMS-beskeder med stemmeopfordringer blev udsendt. Det første SMS-eksperiment blev gennemført sammen med Rådet for Etniske Minoriteter, der sendte én af to beskeder til tilfældigt udvalgte borgere torsdag d. 16. november 2017. Af modtagerne var størstedelen intentionelt indvandrere og efterkommere. Der var en samlet mobiliseringseffekt af demokrati-SMS'en på 1,1 procentpoint og 0,9 procentpoint af SMS'en der fremhævede de sociale aspekter ved at stemme. Ikke-vestlige indvandrere oplevede en mobiliseringseffekt på næsten fire procentpoint af demokrati-SMS'en, mens effekten var på ca. 2 procentpoint for den sociale SMS-besked.

Det andet SMS-eksperiment blev gennemført i samarbejde med ni kommuner, der udsendte én af to beskeder til tilfældigt udvalgte etniske danskere over 41 år i disse kommuner. Kun beskeden uden fornavn havde en statistisk signifikant effekt, som blot var på 0,5 procentpoint. Det skal dog også ses i lyset af, at målgruppens valgdeltagelse i udgangspunktet var 81 procent, hvilket gør, at det er en relativt lille gruppe, der faktisk kan mobiliseres. Set i det lys er det bemærkelsesværdigt, at det faktisk kan lade sig gøre at øge valgdeltagelsen med så relativ simpel en indsats som en enkelt SMS-besked.

I kapitel 4 analyserer vi opsætning af plakater med information om valget i tilfældigt udvalgte opgange i 24 socialt udsatte boligområder. Plakaterne er udviklet af Rådet for Etniske Minoriteter. Effekten var 0,6 procentpoint blandt indvandrere og efterkommere (insignifikant). Blandt grupperne med lavest tilbøjelighed til at stemme var der dog en signifikant effekt på hele 4 procentpoint, men gruppen er relativt lille. Den største statistiske signifikante effekt blandt de 24 udsatte boligområder var i Tingbjerg/Utterslev, hvor effekten var 5,6 procentpoint.

Kapitel 5 ser på Silkeborg Kommunes forsøg med at mobilisere via postkort eller digital post blandt unge vælgere. Der var ingen signifikant effekt af de to stemmeopfordringer, men når effekter analyseres i forhold til modtagerens tilbøjelighed til at stemme, viser det sig, at de unge med den laveste tilbøjelighed til at stemme blev mobiliseret med ca. 4 procentpoint (statistisk signifikant).

Samlet set leverer rapporten et vigtigt bidrag om effekten af mobiliseringsindsatser i en dansk og nordisk sammenhæng. Et vigtigt og ofte overset element er værdien af kumulativ viden i denne sammenhæng. Vi kan således ikke bare antage, at det vi har lært ved tidligere studier også gælder ved fremtidige valg. For det første vil vi gerne kunne genskabe resultaterne ved andre valg for at være sikre på, at de er generaliserbare. For eksempel var valget i 2013 et fremgangsvalg i forhold til den samlede valgdeltagelse, mens der i 2017 var et samlet fald i valgdeltagelsen. Vi har her vist, at det er muligt at mobilisere borgere, som ellers ikke ville have stemt, ved såvel valg med stigende som med

faldende valgdeltagelse. For det andet er det nødvendigt at teste justeringer af indsatser, samt at teste nye tiltag, for at sikre, at kampagnerne laves mest effektivt og på en tidssvarende måde. Kun på denne måde ved vi, at de justeringer, vi laver, faktisk hjælper os til at blive bedre til at nå målet om en høj og stabil valgdeltagelse for alle.

Indholdsfortegnelse

Resumé.....	1
Indholdsfortegnelse.....	4
Forord.....	5
Kapitel 1 - Indledning	6
1.1 Den felteksperimentelle metode som kernen i at undersøge mobiliseringsindsatser.....	7
1.2 Felteksperimenter som redskab til kontinuerlige forbedringer	8
1.3 Rapportens struktur.....	10
Kapitel 2 - Folketingets udsending af grundloven og stemmeopfordring	12
Kapitel 3 - Stemmeopfordringer ved brug af SMS-beskeder	21
3.1 Proces for udsending af SMS-beskeder	21
3.2 Analyse af REM's udsending af SMS-stemmeopfordringer	26
3.3 Analyse af ni kommuners fællesudsending af SMS-stemmeopfordringer	34
Kapitel 4 - Plakater med valginformation i socialt udsatte boligområder	39
Kapitel 5 - Postkort eller digitalpost i Silkeborg Kommune.....	47
Kapitel 6 - Konklusion.....	54
Bilag - Pre-registrering af eksperimenterne	57
Bilag - Publikationsliste fra Det Danske Valgdeltagelsesprojekt	77
Engelske internationale peer-review artikler	77
Danske peer-review artikler	78
Bidrag til antologier	78
Danske rapporter og arbejdspapirer	79
Ph.d.-afhandlinger	80
Danske og engelske formidlingsartikler	80
Referencer	81
Om forfatteren.....	83

Forord

Vi vil gerne takke Det Frie Forskningsråd, Institut for Statskundskab ved Københavns Universitet, Kommunernes Landsforening (KL), Danske Regioner, Rådet for Etniske Minoriteter (REM), Folketinget, Økonomi- og Indenrigsministeriet (ØIM), Dansk Ungdoms Fællesråd (DUF) og de 91 kommuner, der har bidraget med at finansiere data til projektet samt stillet data om valgdeltagelse fra valglisterne til rådighed. Derudover skal der lyde en stor tak til de mange samarbejdspartnere, som har stillet deres kampagner til rådighed for effektmålingerne i denne rapport. REM har stillet en SMS-kampagne samt deres plakatindsats i udsatte kommuner til rådighed. Boligernes Landsorganisation og de boligsociale medarbejdere har i den forbindelse været behjælpelige med implementeringen af undersøgelsen. Folketinget har ladet sin udsending af grundloven og en stemmeopfordring evaluere. Ni kommuner – Frederiksberg, Brøndby, Gladsaxe, Høje-Taastrup, Rødovre, Lejre, Svendborg, Horsens og Kolding – har sammen finansieret et SMS-forsøg i deres kommuner. Partnerne har alle været afgørende for, at vi med denne rapport kan bidrage med ny viden til den danske offentlighed. Vi har også haft et godt samarbejde med KMD og Danmarks Statistik, ligesom Epinion har været en kompetent samarbejdspartner i forbindelse med SMS-eksperimenterne. Vi har også haft stor gavn af at diskutere projektet med vores gode kollegaer på Institut for Statskundskab og VIVE.

Der skal lyde en særlig stor tak til Yosef Bhatti og Jens Olav Dahlgaard, som var med til at udtænke og gennemføre tidligere mobiliseringseksperimenter i 2013 og 2014. Nærværende rapport trækker i betydelig grad på indsigter fra vores tidligere arbejde, og Yosef og Jens Olav har ligeledes været gode sparringspartnere på eksperimenterne, der evalueres i denne rapport. Endelig ønsker vi at takke vores to dygtige studentermedhjælpere, Sidsel Sofie Poulsen og Stinna Winther, som har bidraget til løsningen af en lang række opgaver i forbindelse med projektet – herunder kontakt til kommunerne, sikring og validering af data og opsætning af rapport. Uden Sidsel og Stinnas store og kompetente arbejde ville denne rapport ikke have været mulig.

Jonas Hedegaard Hansen og Kasper Møller Hansen, København, den 27. november 2018.

Kapitel 1 - Indledning

Valgdeltagelsen er den centrale sundhedsindikator i det repræsentative demokrati. Hvis valgdeltagelsen er lav eller nogle befolkningsgrupper stemmer i mindre grad, kan det anses for en udfordring for demokratiet (Lijphart 1997). Valgdeltagelsen ved kommunal- og regionsvalget d. 21. november 2017¹ endte på 70,8 procent, hvilket var et fald på 1,1 procentpoint fra seneste valg i 2013, men dog stadig væsentligt højere end valgdeltagelsen på 65,8 procent ved valget i 2009. Som det fremgår af rapporten ”Valgdeltagelsen ved kommunal- og regionsvalget 2017”, er der i 2017 fortsat store uligheder i valgdeltagelse (Hansen 2018).

Både normativt og empirisk er der således gode grunde til at undersøge, hvad der virker i forhold til at øge valgdeltagelsen generelt og i særdeleshed for de befolkningsgrupper, der stemmer sjældent. Rapporten analyserer følgende fem mobiliseringsindsatser gennemført ved valget i 2017:

- Folketingets udsending af grundloven og en stemmeopfordring til unge førstegangsvælgere
- Rådet for Etniske Minoriteters udsending af SMS-stemmeopfordringer
- Ni kommuners fællesudsending af SMS-stemmeopfordringer
- Rådet for Etniske Minoriteters ophængning af plakater i opgange i socialt udsatte boligområder
- Silkeborgs Kommunes brug af postkort og digitalpost til at øge unges valgdeltagelse

De fem indsatser bygger i betydelig grad på evidens, der blev frembragt via evalueringer af indsatser ved kommunalvalget i 2013 (Bhatti et al. 2014a; 2015a; b). I 2013 gennemførte en række organisationer således indsatser, som ved hjælp af felteksperimenter blev evalueret på rigid videnskabelig vis for at opbygge evidens om, hvad der virker, og hvad der ikke øger valgdeltagelsen (Bhatti et al. 2017b; c; d; e; 2014a; b; c). Med denne rapport tilføjer vi ny viden om mobiliseringsindsatseres effektivitet, som kan gavne fremtidige indsatser på området.

I den resterende del af indledningen beskriver vi først den metodiske tilgang i undersøgelsen (kapitel 1.1). Herefter forklarer vi, hvordan felteksperimenter kan bruges som et redskab til

¹ Vi vil i resten af rapporten for simpelhedens skyld skrive om valget som kommunalvalget, selv om det ret beset var et kommunal- og regionsvalg. Resultaterne kan overføres direkte til regionsvalg, da der i praksis er tæt på perfekt overlap mellem vælgere, der kan stemme til henholdsvis kommunal- og regionsvalg. Der er dog enkelte, mindre undtagelser, som er beskrevet i Hansen (2018).

kontinuerligt at forbedre en organisations adfærdsrettede indsatser, og vi beskriver, hvordan eksperimenter i denne rapport er eksempler herpå (kapitel 1.2).

1.1 Den felteksperimentelle metode som kernen i at undersøge mobiliseringsindsatser

Vi har gennemført en fem felteksperimenter – også kendt som randomiserede kontrollerede forsøg - for at undersøge effekten af de fem mobiliseringsindsatser. Felteksperimenter er bredt anerkendt til at være den optimale metode til at undersøge effekten af mobiliseringsindsatser og er i USA kendt som Get-Out-The-Vote-kampagner (Gerber & Green 2012; 2015; 2016; Michelson & Nickerson 2011). Vi nøjes her med at beskrive metodens centrale elementer i korte træk og henviser til vores tidligere udgivelser om emnet for nærmere introduktion til anvendelsen i forbindelse med mobiliseringsstudier i Danmark (fx Bhatti et al. 2014a; 2015a) samt til Gerber & Green (2012) for en grundig metodisk gennemgang af felteksperimenter.

Kernen i et felteksperiment er, at man ved hjælp af lodtrækning tilfældigt inddeler en målgruppe i en kontrolgruppe, der ikke tildeles indsatsen, og én eller flere stimuligrupper, der tildeles indsatsen. Da inddelingen i grupper er tilfældig, er den eneste systematiske forskel mellem grupperne, om de er blevet udtrukket til at blive udsat for tiltaget. Forskellen i valgdeltagelse mellem grupperne kan således tilskrives kampagnen. Prisen man må betale for at skabe evidens for, hvad der virker, og dermed optimere indsatserne på lang sigt, er således, at en del af målgruppen ikke tildeles en indsats ved et konkret valg.

Det ligger i ordet felteksperiment, at forsøget finder sted i felten, altså den virkelige verden. Der eksperimenteres således i forbindelse med en rigtig valgkamp. Det metodiske værktøj, der anvendes, er således en konkret tilpasning af en mobiliseringsindsats, som ofte alligevel ville have fundet sted op til valget, således at det bliver muligt at måle på indsatsen. En central styrke herved er, at vi studerer mobiliseringskampagner, som de faktisk tager sig ud, og at borgerne befinder sig i den virkelige kontekst (en valgkamp). Det er netop denne situation, vi ønsker at drage årsagsslutninger om og ikke f.eks. deres reaktion i et laboratorium.

Valgdeltagelsen måles ved hjælp af information fra valglisterne på landets valgsteder. Det muliggør, at vi kan indsamle information om stort set hele befolkningen. Samtidig er det afgørende, når man studerer valgdeltagelse, at man har adgang til information om faktisk valgdeltagelse og ikke baserer sig på spørgeskemaundersøgelser herom, da disse er behæftede med betydelige fejl (Bhatti et al. 2017a; 2018a). For en grundigere beskrivelse af denne undersøgelses data og indsamlingsmetode henvises der til rapporten ”Valgdeltagelsen ved kommunal- og regionsvalget 2017” (Hansen 2018).

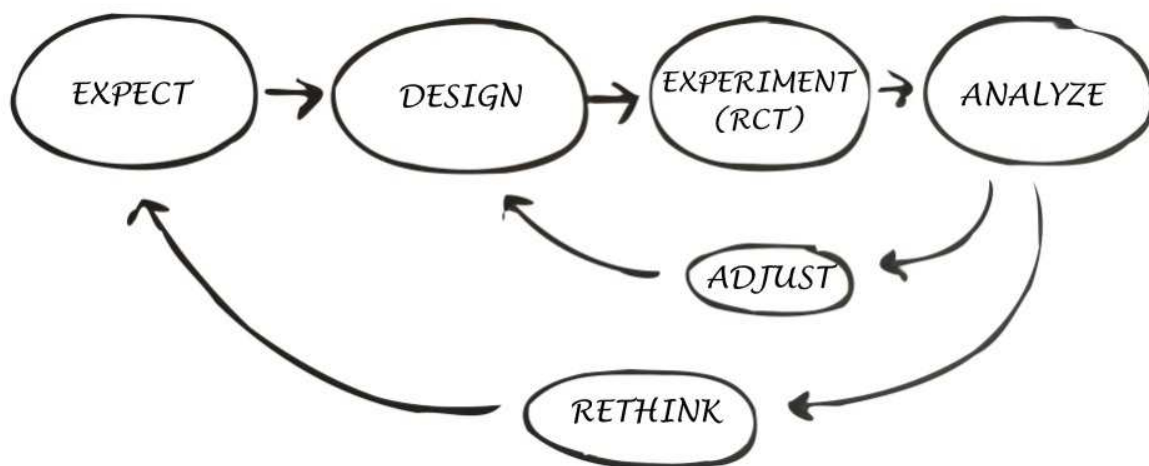
Informationen om valgdeltagelse kobles til information om gruppestatus i eksperimenterne. Det gøres i anonymiseret form på servere hos Danmarks Statistik. Her er der også adgang til socio-demografisk information, der eksempelvis muliggør analyser af spillover-effekter (fx Bhatti et al. 2017d), hvordan indsatsen virker over for forskellige grupper, samt om indsatserne øger eller mindsker uligheden i valgdeltagelsen (fx Bhatti et al. 2017c; 2014b).

1.2 Felteksperimenter som redskab til kontinuerlige forbedringer

Før kommunalvalget i 2013 havde der ikke været gennemført eksperimentelle studier af mobiliseringskampagner i hverken Danmark eller de andre skandinaviske lande (se dog Jason & Kollerup 2014). Hvis man ønskede systematisk viden på baggrund af høje videnskabelige standarder, måtte man således bero sig på en relativt stor amerikansk videnskabelig litteratur (for en tilgængelig og grundig introduktion, se Green & Gerber 2015) samt enkelte studier fra Storbritannien (John & Brannan 2008) og Spanien (Ramiro et al. 2012). Hvis man vælger at lade sig inspirere af amerikanske kampagner, må man således antage, at kampagnerne har tilsvarende effekter på danske vælgere. Den antagelse er langt fra uproblematisk, idet eksempelvis det politiske system og den politiske kultur kan medvirke til, at effekten varierer markant. Et eksempel er dør-til-dør kampagner, som på tværs af amerikanske studier har vist sig at være særdeles effektive, men som har væsentlig svagere effekt i Europa (Bhatti et al. 2016a).

Figur 1.1 illustrerer vores tilgang til at arbejde med udvikling, test og forbedringer af tiltag. EDEA-tilgangen er yderst relevant til at forklare, hvordan vi de seneste fem år har arbejdet sammen med en række organisationer om mobiliseringsindsatser. Da vi startede arbejdet i 2013 og skulle opsætte forventninger ('expect'), var der ikke meget hjælp at hente i forskningen angående mobiliseringsindsatseres effekter fra en dansk sammenhæng eller i de skandinaviske nabolande. Vi måtte derfor bero os på de primært amerikanske erfaringer. Vi og flere partnere designede en række mobiliseringsindsatser, som vi efterfølgende testede ved hjælp af eksperimenter, der muliggjorde analyser af indsatserne (Bhatti et al. 2017e; 2014c).

Figur 1.1: Udvikling og test af indsatser ved hjælp af EDEA-tilgangen



De fem indsatser, vi evaluerer i denne rapport, kan alle indplaceres i det lille loop i modellen. Således er der tale om tilpasninger (adjust) af indsatser fra 2013 på baggrund af resultaterne dengang. Motivationen for tilpasningerne har været forskellig:

- I forsøget med Folketingets udsending af grundloven og stemmeopfordring har det eksempelvis været væsentligt at teste, om effekten også er tilstede, når målgruppen bliver lidt ældre, samt om mindre tilpasninger af indholdet, der potentielt kan reducere omkostningerne, gør en forskel.
- I SMS-eksperimenterne testes der om udvidelse af målgruppen gør en forskel for effekten. Der er udviklet en ny formulering, der testes op imod den stærkeste besked fra tidligere studier. Vi tester, om antagelsen om, at det øger effekten at inkludere modtagerens fornavn i beskeden, faktisk holder. Og endelig har vi udsendt en placebo-besked efter valget til kontrolgruppen, der gør det muligt at fjerne ugyldige numre i kontrol- og stimuligrupper og udregne et effektestimat for dem, der faktisk har modtaget beskeden (modsat dem, der er tildelt beskeden).
- I plakateksperimentet har ønsket været at teste, om resultaterne fra et lille studie i et enkelt boligområde i 2013 er solide og kan skaleres op til større skala. Samtidig er interventionen mindre intens, hvilket er nødvendigt, når den skal skaleres op i det omfang, der er tale om.
- I Silkeborg Kommune er det på den ene side muligt at validere den positive effekt af, om effekten af et postkort ved mobiliseringen i 2013 også gælder i 2017 og samtidigt at teste brugen af digital post som et alternativt mobiliseringsredskab.

Et fællestræk for indsatserne er, at de er blevet gennemført i et tilbagegangsvalg. Således faldt valgdeltagelsen i 90 ud af 98 kommuner og den samlede valgdeltagelse faldt som bekendt med 1,1 procentpoint (Hansen 2018). Det er i modsætning til valget i 2013, hvor valgdeltagelsen steg i samtlige 98 kommuner og med 6,1 procentpoint på landsplan (Bhatti et al. 2014d). Det kan tænkes, at effekterne af mobiliseringsindsatser er forskellige, når konteksten for deres gennemførelse ændrer sig betydeligt. Det kan eksempelvis være, at den gennemsnitlige effekt af indsatserne er mindre ved et tilbagegangsvalg, fordi indsatserne ikke kan ride med på en opgangsbølge. Men man kan også forestille sig, at indsatserne er mere effektfulde ved tilbagegangsvalg, da der både er flere at mobilisere, samt at de gennemføres i en kontekst med mindre opmærksomhed om valget. Hvorvidt det virker mere eller mindre i et tilbagegangsvalg er et empirisk spørgsmål, som understreger vigtigheden af at gennemføre eksperimenter på ny. Hvis indsatserne også viser sig at være effektfulde ved dette valg, øger det således vores sikkerhed om, at det gør en forskel at gennemføre mobiliseringsindsatser som dem, der her evalueres.

Fire af rapportens fem eksperimenter og analyser er inden valget beskrevet i en før-analyseplan, som er blevet uploadet i en database hos *Evidence in Governance and Politics* (EGAP ID: 20171109AB – se bilag). På et generelt plan bidrager før-analyseplaner blandt andet til øget transparens og retter i højere grad fokus på forskningsdesignet i stedet for resultaterne, når undersøgelser evalueres. Ligeledes mindskes risikoen for såkaldt p-hacking og at nul-resultater gemmes i skrivebordsskuffen, når der på forhånd foreligger en før-analyseplan (for mere om præregistrering af undersøgelser i samfundsvidenskab, se fx Monogan 2015; Franco et al. 2014). I vores før-analyseplan er der beskrevet flere analyser end dem, der indgår i denne rapport. I denne rapport præsenterer vi hovedanalyserne på dansk til et bredere publikum, mens vi efter planen efterfølgende præsenterer de mere komplicerede og detaljerede analyser i internationale videnskabelige tidsskriftsartikler.

1.3 Rapportens struktur

I kapitel 2 analyserer vi Folketingets udsending af grundloven sammen med en stemmeopfordring (gruppe 1), samt en humoristisk tegneserie om valget (kun til gruppe 2) til unge førstegangsvælgere. Kapitel 3 indeholder først en analyse af SMS-stemmeopfordringer udsendt til et tilfældigt udsnit af stemmeberettigede med tilgængeligt telefonnummer på vegne af Rådet for Etniske Minoriteter (REM). I andel del af kapitel 3 analyserer vi effekten af en SMS-stemmeopfordring udsendt i ni kommuner, som gik sammen om indsatsen. I kapitel 4 undersøger vi effekten af REM's ophængning

af plakater med en stemmeopfordring i opgange i 24 udsatte boligområder. Kapitel 5 undersøger bruges af digitalpost til mobilisering i Silkeborg Kommune. Endelig konkluderer og perspektiverer vi i kapitel 6, mens der i bilaget kan findes yderligere information.

Kapitel 2 - Folketingets udsending af grundloven og stemmeopfordring

I dette kapitel analyserer vi effekten af Folketingets udsending af grundloven sammen med en stemmeopfordring til unge førstegangsvælgere. Siden 2005 har Folketinget sendt et letlæseligt eksemplar af grundloven til borgerne i forbindelse med deres 18 års fødselsdag, eller når de opnår indfødsret. Formålet er blandt andet at motivere nye stemmeberettigede til at sætte sig ind i de demokratiske spilleregler (Regeringen & Dansk Folkeparti 2004: 44-45). Man kan eksempelvis forestille sig, at modtagernes valgdeltagelse bliver positivt påvirket som følge af ny information eller som følge af øget motivation

I forbindelse med kommunalvalget i 2013 gennemførte vi den første effektevaluering af udsendingen af grundloven (Bhatti et al. 2015b; 2014c). I maj 2013 blev den automatiske udsending af grundloven indstillet og borgerne, der fyldte 18 år blev placeret på en liste. Kort inden valget i november 2013 blev borgerne på listen tilfældigt inddelt i tre grupper. Den ene gruppe modtog grundloven sammen med en stemmeopfordring fra Folketingets formand og den anden gruppe modtog en humoristisk tegneserie om at stemme sammen med grundloven. Den tredje gruppe modtog grundloven kort efter valget og fungerede dermed som kontrolgruppe. Undersøgelsen i 2013 viste, at valgdeltagelsen i gennemsnit steg med 1,1 procentpoint. Effekten var størst for modtagerne af tegneserien og størst blandt de grupper, som i udgangspunkter kunne forudsiges til at have lav valgdeltagelse.

Med afsæt i undersøgelsen i 2013 besluttede Folketinget at ændre udsendelsestidspunktet til at være i forbindelse med det førstkommende valg efter unges 18-års fødselsdag og samtidig inkludere en stemmeopfordring (Folketinget 2014). I forbindelse med kommunalvalget 2017 tog Folketinget kontakt til os for at lave en evaluering af den tilpassede udsending.

Undersøgelsesdesign

Undersøgelsesmetoden er den samme, som blev anvendt ved kommunalvalget i 2013 (Bhatti et al. 2015b; 2014c), men der er nogle tilpasninger i målgruppe og indhold af udsendelsen, som beskrives nedenfor. Kort fortalt er undersøgelsen tilrettelagt som et randomiseret kontrolleret ventelisteforsøg (Bhatti et al. 2015b; Gerber & Green 2012), hvor målgruppen inddeles tilfældigt i tre grupper. Kontrolgruppen bliver stående på en venteliste, som modtager grundloven efter valget. Det muliggør en præcis effektevaluering af udsendingen, idet udsendingen af grundloven til kontrolgruppen *efter* valget ikke kan påvirke deres valgdeltagelse.

I forhold til eksperimentet i 2013 er der to væsentlige ændringer. For det første er målgruppen blevet udvidet til en bredere aldersgruppe. Således er målgruppen for udsendingen i 2017 borgere, der er fyldt 18 år mellem d. 4. december 2015 (dagen efter retsforbeholdsafstemningen) og d. 21. november 2017 (valgdagen). For det andet har Folketinget foretaget nogle justeringer i indholdet af udsendingen. Det vil sige at publikationen 'Min grundlov' er blevet redesignet og brevet fra Folketingets formand blevet erstattet af en kort tekst fra folketingets formand Pia Kjærsgaard placeret på et mavebånd, der ombinder grundloven. Denne pakke (dvs. 'Min grundlov' med mavebånd) modtog den ene af stimuligrupperne inden valget. Den medfølgende humoristiske tegneserie følger samme koncept som i 2013, men har undergået mindre tilpasninger i designet, så dens udtryk i højere grad minder om 'Min grundlov'. Den anden stimuligruppe modtog 'Min grundlov' med mavebåndet og tegneserien inden valget. Endelig er der kontrolgruppe som efter valget kun modtog grundloven med et mavebånd med en hilsen fra folketingets formand, dog uden at nævne det netop overståede kommunalvalg.

[illegible]

Figur 2.2: Forside af den udsendte grundlov med mavebånd



Resultater

I tabel 2.1 fremgår valgdeltagelsen for de tre grupper, der her undersøges, samt forskellen mellem kontrolgruppens valgdeltagelse og de to stimuligrupper. For det første, er det værd at bemærke, at målgruppens valgdeltagelse på 73,9 % i udgangspunktet er ganske høj. Dermed er det også sagt, at der er tale om en relativt lille gruppe, som potentielt kan mobiliseres af brevet eller tegneserien.

Tabel 2.1: Effekten på valgdeltagelsen

	Alle udsendte breve med i opgørelsen			Returpost fjernet i alle grupper		
	Valgdeltagelse (%)	Effekt (%-point) ITT	N	Valgdeltagelse (%)	Effekt (%-point) CACE	N
Kontrolgruppe	73,9		32.024	74,1		31.710
Grundlov	74,0	0,1	28.634	74,2	0,1	28.388
Grundlov og tegneserie	74,6	0,7**	53.878	74,8	0,7**	53.356
Total	74,2		114.536	74,5		113.454

Note: Om forskellen er statistisk signifikant forskellig fra kontrolgruppens valgdeltagelse er testet ved logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og treatmentgrupperne som uafhængige dummy variable med kontrolgruppen som referencekategori. ** $p < 0,01$ (ensidet test). Målgruppen er klynget på husstandsniveau inden randomisering således, at personer i samme husstand er i samme gruppe. Derfor er regressionsanalysen også klynget på (husstandsniveau). Randomiseringstest viser, at randomiseringen mellem grupperne har fungeret. Det er således ingen signifikant sammenhæng mellem baggrundsvariable (køn, alder i dage, uddannelse, etnicitet, personindkomst) og hvilken gruppe man er tildelt. Gennemgangen af alt returposten har vist at indholdet af kuverterne var korrekt ift. den tildelte gruppe. Forskellen i N mellem ITT og CACE er pga. returpost.

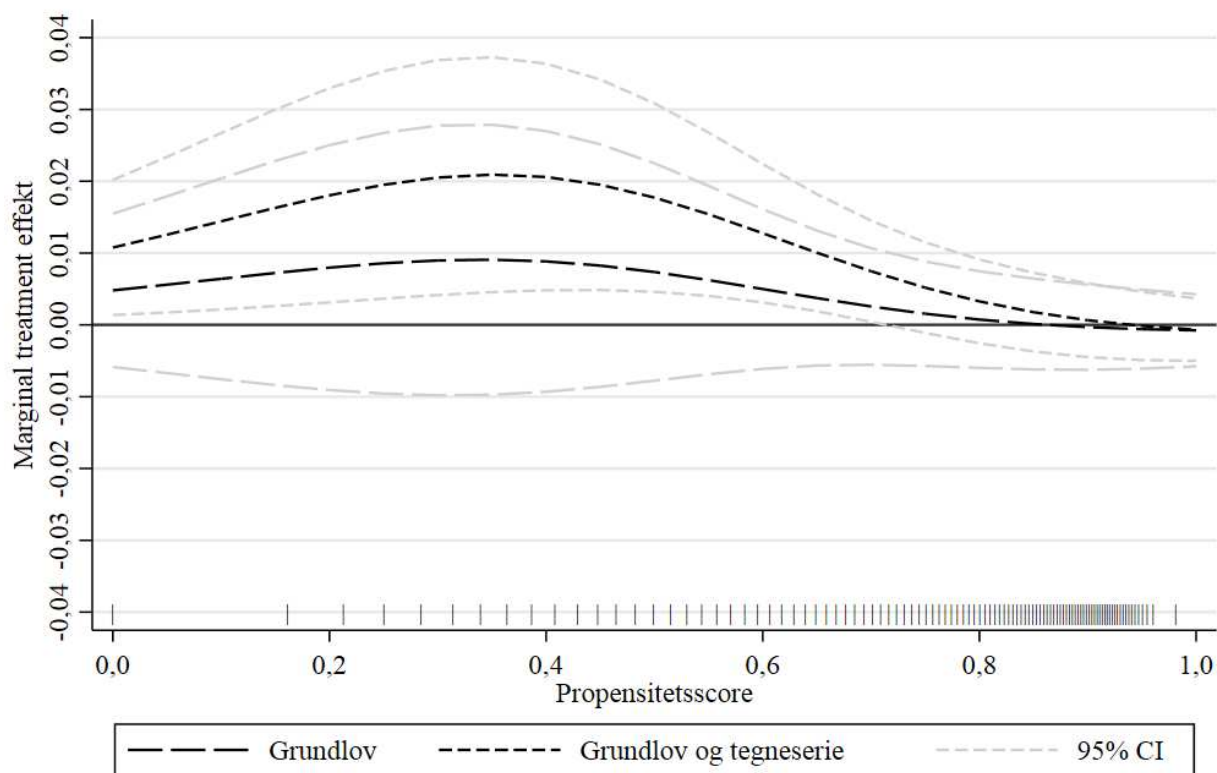
Ser vi på valgdeltagelsen for de tre grupper, viser det sig, at begge stimuligrupper valgdeltagelse er større end kontrolgruppens valgdeltagelse. Det er dog kun gruppen, der har modtaget tegneserien og grundloven, som har en signifikant højere valgdeltagelse end kontrolgruppen. Således havde tegneserien samt grundloven en positiv effekt på 0,7 procentpoint på valgdeltagelsen. Det svarer til, at tegneserien mobiliserede 373 vælgere, som ellers ikke ville have stemt ($53.356 \cdot 0,007$). Hvis man antager, at distributionsomkostningerne er 10 kr. pr. udsending, har prisen dermed været 1.430 kr. pr. ekstra stemme blandt modtagerne af grundloven og tegneserien.

Effekterne er både beregnet som ITT (Intent-To-Treat) og CACE (Complier Average Causal Effect). Forskellen er, at man med ITT beregner effekten af intentionen om at kontakte personerne ligegyldigt om de faktisk modtager stimuli. Med CACE baserer man udelukkende effekttestimatet på dem, som rent faktisk har modtaget mobiliseringsopfordringen. CACE er muligt at beregne, fordi vi har præcis viden om returposten i stimuligrupperne såvel som kontrolgruppen. CACE er på den baggrund et mere præcist effekt estimat end ITT (Geber & Green 2012).

Den gennemsnitlige effekt på tværs af tiltagene (både ITT og CACE) er i øvrigt 0,5 procentpoint og statistisk signifikant.

Tabel 2.1 viser hovedeffekterne af resultaterne, men det kan også være interessant at se nærmere på, hvordan forskellige undergrupper reagerer på mobiliseringstiltaget. Figur 2.3 viser, hvordan de unge blev mobiliserede afhængigt af, hvor sandsynligt det var, at de vil stemme inden de modtog grundloven med eller uden tegneserien – den såkaldte propensitetsscore. Det nederst af figur 2.3 er et fordelingsplot, der angiver, hvordan de unge faktisk fordeler sig på propensitetsscoren. Hver streg udgør en procent af de unge, så de fleste unge befinder sig i udgangspunktet i den høje ende.

Figur 2.3: Effekten på valgdeltagelsen over tilbøjeligheden for at ville stemme

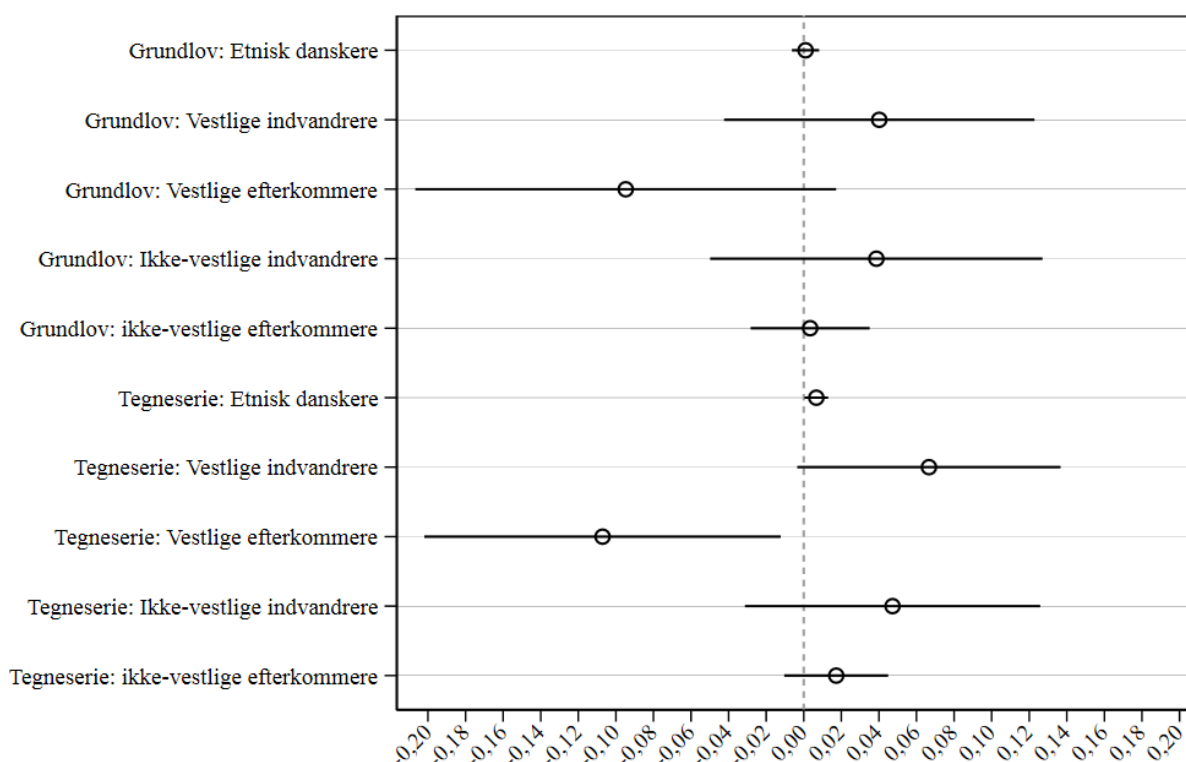


Note: Effekten (CACE) i hundrededele af procent dvs. 0,01=1 procentpoint. Ved en propensitetsstore på 0 er den estimate sandsynlighed for, om man ville stemme 0, mens dem med en score på 1 har en sandsynlighed på 1 for at stemme. Propensitetsscoren er beregnet pba. en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse ved KV17 som den afhængige variabel. Følgende uafhængige variable er benyttet: indikatorer både for mor og far: bor med, stemte KV09, stemte KV13, stemte EP14, stemte FV15, uddannelse, alder i dage, alder i dage², alder i dage³, etnicitet, indkomst, evt. overførelsesindkomst og følgende for den unge: køn, alder i dage, alder i dage², igangværende uddannelse, afsluttet uddannelse, evt. overførelsesindkomst samt kommunale fixed effects. Kontrolgruppen er anvendt som population for beregningen af propensitetsscoren, n=31.710, R²=17,7%. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl, og individerne er klynget på husstandsniveau.

Effekten (CACE) er størst blandt de unge med den midsterste og laveste tilbøjelighed til at stemme, mens der ikke er nogen statistisk signifikant effekt på de unge med den højeste tilbøjelighed. På den måde har tegneserien haft en effekt på 2 procentpoint i den midterste gruppe og 1 procentpoint i gruppen med lavest tilbøjelighed. Det betyder, at grundloven især har haft en mobiliserende effekt blandt de unge, som i udgangspunktet ville have haft en lavere valgdeltagelse og på den måde været med til at flytte bunden tættere på toppen i forhold til valgdeltagelsen.

Hvordan mobiliseringstiltaget har virket overfor indvandrere og efterkommere er særligt interessant, fordi denne gruppe i udgangspunkt har en bekymrende lav valgdeltagelse. Derfor var håbet, at netop denne gruppe i særlig grad ville tage imod opfordringen til at stemme. Figur 2.4 viser effekten (CACE) over indvandrere og efterkommere fordelt på etniske danskere samt vestlige og ikke-vestlige indvandrere og efterkommere.

Figur 2.4: Effekten opdelt på etnisk herkomst

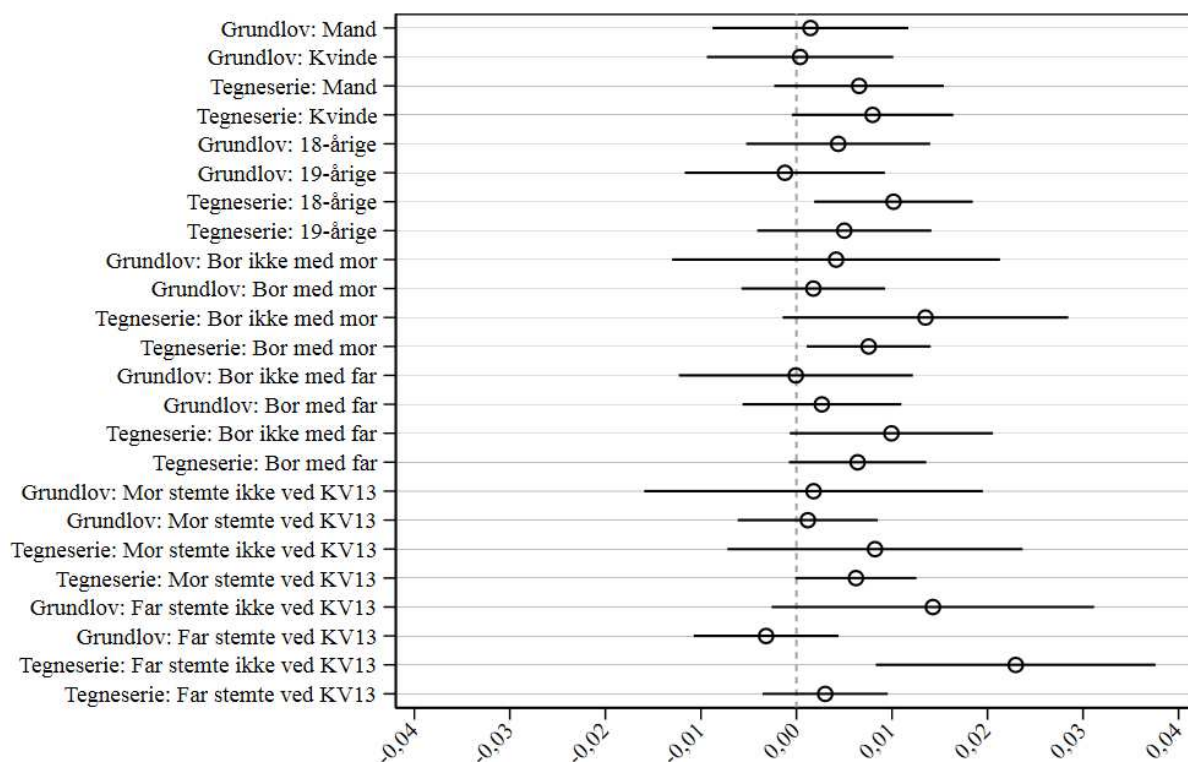


Note: Gennemsnitlige marginale effekter er baseret på en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og med etnisk herkomst og stimuligrupper samt interaktion mellem disse som uafhængig variabel. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl og individerne er klynget på husstandsniveau. CACE, 0,01=1 procentpoints effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Linjerne angiver 95% konfidensinterval.

Der er ingen positive statistisk signifikante effekter for indvandrere eller efterkommere. Dog er effektestimatet for tegneserien til indvandrere positivt og tæt på at være statistisk signifikant. Det mest opsigtsvækkende resultat er dog, at de vestlige efterkommere er blevet demobiliseret af tegneserien. Det vil sige, at valgdeltagelsen for de vestlige efterkommere, der har modtaget grundloven og tegneserien, er ca. 10 procentpoint lavere end kontrolgruppens valgdeltagelse. Resultatet er også i samme retning for gruppen af vestlige efterkommere, som blot modtog grundloven. En forklaring kan være, at gruppen har følt sig stigmatiseret ved at modtage opfordringen til at stemme, som så har trukket i modsat retning end tiltænkt. På den baggrund kan der være grund til fremadrettet at sikre, at der i mavebåndet er en klarere markering af, at grundloven er sendt til alle i aldersgruppen og ikke til særligt udvalgte grupper.

I figur 2.5 undersøges effekten opdelt på flere udvalgte grupper. Som vi også så for indvandrere og efterkommere, har tegneserien og grundloven stærkere mobiliseringseffekt for alle grupper end blot grundloven i sig selv. Der er ingen kønsforskelle, men det er interessant, at det faktisk kun er de 18-årige og ikke de 19-årige, som oplever en statistisk signifikant effekt af tegneserien. Det kan hænge sammen med, at mens de 18-årige oplever, at stemmeafgivningen er noget af det første, de kan gøre som voksne, så har de 19-årige potentielt oplevet en del mere som værende en del af deres voksne liv. Det kunne eksempelvis være at flytte hjemmefra, værnepligt og kørekort. For de 19 årige kan det derfor tænkes, at det ikke er ligeså specielt at kunne afgive sin stemme, hvilket gør dem vanskeligere at mobilisere med et tiltag som dette. Se også Bhatti et al. (2016b) for en uddybende forklaring mellem førstegangs-”boost” og betydningen af erfaringer i forhold til valgdeltagelsen.

Figur 2.5: Mobiliseringseffekten for udvalgte grupper



Note: Gennemsnitlige marginale effekter baseret på logistisk regressionsanalyser for hver undergruppe. Den afhængige variabel er valgdeltagelse med de specifikke undergrupper og stimuligrupper samt interaktion mellem dem som uafhængig variabel. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl, og individerne er klynget på husstands niveau. CACE, 0,01=1 procentpoint effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Linjerne angiver 95% konfidensinterval.

De unge, der bor med deres mor, er blevet positivt mobiliseret, hvilket peger på, som vi tidligere har vist, at især mødre har betydelig indflydelse for deres unges valgdeltagelse (Bhatti & Hansen 2012). Endelig er effekten størst, hvis de unges far ikke stemte ved forrige kommunalvalg. Altså har tegneserien været med at bryde en negativ demokratisk arv fra modtagernes fædre.

Når man analyserer kombinationen af de forskellige undergrupper, er effekten af tegneserien på eksempelvis en 18-årig etnisk dansker, som ikke bor med sin mor, 3,4 procentpoint ($p=0,006$, tosidet-test), hvilket er den største statistisk signifikante effekt, der kunne findes. Modsat er en af de største negative statistisk signifikante effekter at finde blandt 19-årige vestlige efterkommere, som bor med deres mor på -19,9 procentpoint ($p=0,016$). Den negative effekt på denne lille gruppe indikerer, at det er centralt at være eksplicit med, at grundloven er sendt til alle førstegangsvælgere for at undgå en opfattelse af stigmatisering hos enkelte grupper.

Kapitel 3 - Stemmeopfordringer ved brug af SMS-beskeder

I dette kapitel analyserer vi effekten af to SMS-eksperimenter. Det første eksperiment blev udført på vegne af Rådet for Etniske Minoriteter (REM). Målgruppen for dette forsøg var alle stemmeberettigede indvandrere og efterkommere samt et tilfældigt udtræk stemmeberettigede borgere med etnisk dansk baggrund. Det andet eksperiment blev udført på vegne af ni kommuner, der var gået sammen om at udsende stemmeopfordringer via SMS og derved opnå stordriftsfordele. Målgruppen var her stemmeberettigede over 40 år gamle i de ni kommuner. Det er væsentligt at bemærke, at det langt fra er muligt at finde mobilnumre på alle borgere i målgrupperne, hvilket vi beskriver nærmere i kapitel 3.1.

Implementeringen og designet af begge indsatser blev gennemført af rapportens forfattere. Vi har trukket på erfaringer fra tidligere SMS-eksperimenter gennemført i forbindelse med kommunalvalget 2013 og Europa-Parlamentsvalget 2014, hvor indsatserne havde positive effekter på valgdeltagelsen for både modtagerne og deres samboende familiemedlemmer (Bhatti et al. 2017b; d; e; 2014a; b).

Vi præsenterer først processen for at gennemføre SMS-udsendingen, da denne er ens i de to eksperimenter. Derefter præsenterer vi de to eksperimenters indhold og effekterne af indsatserne hver for sig.

3.1 Proces for udsending af SMS-beskeder

Afsættet for SMS-udsendingen er listen over stemmeberettigede borgere, som er dannet ved hjælp af et cpr-udtræk forud for valget. Idet der ikke fremgår mobilnumre af et CPR-udtræk, må disse fremskaffes ved hjælp af offentligt tilgængelige kilder (f.eks. telefonbøger på internettet). Tabel 3.1 giver et overblik over processen.

Tabel 3.1: Antal personer i eksperimenternes målgruppe før og efter nummerberigning

I alt: antal personer i målgruppen der forsøges nummerberiget*	927.856	%
Heraf personer, der kan mobilnummerberiges	395.673	42,6
Heraf personer, der kan nummerberiges med præcist ét mobilnummer	293.681	31,7
Heraf personer med ét unikt mobilnummer (grundlag for randomisering)**	293.019	31,6
Heraf personer, som kan kobles anonymt til CPR i Danmarks Statistik	292.856	31,6
Heraf personer, som kan kobles til valgdeltagelse	275.806	29,7

Note: *Personer med adressebeskyttelse er fjernet inden processen startede. ** Dvs. personen har kun et mobilnummer tilknyttet og nummeret anvendes ikke af andre.

Første skridt er at udtrække de personer, der er i målgruppen for indsatserne. Personer med adressebeskyttelse er fjernet fra listen, inden vi modtager den. Vi fjerner herefter personer fra listen, som ikke har en aktuel adresse, da det ikke vil være muligt at fremskaffe mobilnumre på disse personer.²

For at undgå, at en stemmeberettiget vælger kunne blive udvalgt til at modtage mere end en SMS, blev grupperne til de to SMS projekter dannet trinvis.

Først udtrækker vi samtlige personer på listen, der er 41 år eller derover på valgdagen samt er bosiddende i en af de ni kommuner, der indgår i eksperimentet i kapitel 3.3. Der er i alt 263.730 stemmeberettigede i denne gruppe fordelt på ni kommuner.

Næste skridt er at udtrække samtlige indvandrere og efterkommere på listen. Det identificerer i alt 299.602 indvandrere og efterkommere i hele landet, som er stemmeberettigede ved kommunalvalget i 2017 og ikke er en del af den første inddeling i de ni kommuner. Desuden udtrækkes et tilfældigt udtræk af ti procent af de resterende stemmeberettigede på listen til brug for REM-eksperimentet i kapitel 3.2 – i alt 364.464 er i denne gruppe. Det vil sige, at der for REM-projektet er i alt 664.066 personer, som skal forsøges at finde et mobiltelefonnummer på. I alt er der 927.856 personer i målgruppen for de to eksperimenter. Efterfølgende flyttes indvandrere og efterkommere, som oprindeligt blev udtrukket til kommunefelteksperiment (i alt 20.787) over i REM-eksperimentet. Det vil sige, at der i alt inden nummerberigelse er 243.003 i kommunefelteksperimentet og 684.853 i REM-eksperimentet fordelt på 320.389 indvandrere og efterkommere og 364.464 med etnisk dansk herkomst.

² Det er eksempelvis hjemløse eller borgere, som er bosiddende i udlandet og har flyttet adresse til Folkeregistret. Konkret har vi fjernet borgere med enten tomt adressefelt eller en af følgende adresser: Uden Fast Bopæl, Ukendt Adresse, Adresse Ukendt, Folkeregistret, Retur Afsender, Retur Til Afsender, Statsudsendte, Udrejse Nordisk Land, Nordisk Flytning, Ukendt.

Det næste skridt er at finde mobilnumre på de udtrukne borgere, også kaldet nummerberigning. For at gøre det, leverede vi en fil med navn, adresse, postnummer og by for de udtrukne borgere til Epinion, som herefter søgte i offentligt tilgængelige kilder efter mobilnumre. Det lykkedes Epinion at lokalisere 395.673 personer med mindst ét mobilnummer af de 927.856.

Det tredje skridt er at rense den tilbageværende liste. Mange personer optræder på listen med mere end et mobilnummer. Det kan eksempelvis dække over, at de betaler et mobilabonnement for deres barn. Tager vi kun personer med maksimalt et mobilnummer, er der 293.681 personer tilbage. Endelig er der nogle numre, hvor eksempelvis navnet passer, men hvor byen, der optræder i den offentligt tilgængelige kilde, ikke passer med informationen online. Der er også numre, som optræder ud for flere personer. Da vi ønsker at være sikre på, at vi kun sender til de personer, hvor vi er sikre på identiteten, har vi ekskluderet personer med mere end et telefonnummer, eller hvor der på anden måde er usikkerhed om den faktiske identitet. I alt ender vi med 293.019 personer (ca. 31,6% af den oprindelige gruppe), som danner grundlag for randomiseringen i kontrol- og stimuligrupper for de to eksperimenter. Disse er fordelt med 89.268 i kommuneeksperimentet og 203.751 i REM eksperimentet fordelt på 78.960 indvandrere og efterkommere og 124.791 med dansk oprindelse.

Det fjerde skridt er at foretage randomiseringen, dvs. den tilfældige inddeling i kontrol- og stimuligrupper for de to eksperimenter. Det er afgørende, at det foregår på baggrund af de endelige lister med tilknyttede mobilnumre, da vi således sikrer, at grupperne er ens på alle parametre forud for SMS-udsendingen. Ved hjælp af Stata-pakken *Randomize* (Kennedy & Mann 2015) lagde vi ud med tilfældigt at danne tre lige store grupper til REM-eksperimentet. Tabel 3.2 giver et overblik over gruppernes størrelse. I denne randomisering blokerede vi på etnisk baggrund, hvilket medfører, at der er lige stor andel indvandrere/efterkommere og borgere med etnisk dansk herkomst i hver af de tre grupper. Herefter tog vi målgruppen for kommuneeksperimentet og dannede tre lige store grupper på tilsvarende vis, men uden at blokere i randomiseringsprocessen.³

³ Borgere har ikke haft mulighed for at blive trukket ud til mere end et SMS-eksperiment. Hvis en person har indgået i målgruppen for REM-eksperimentet, er personen således automatisk udelukket fra kommuneeksperimentet.

Tabel 3.2: Antallet af SMS'er i eksperimenterne fordelt på besked

Gruppe	SMS'er forsøgt leveret	SMS'er leveret	Data om valgdeltagelse*	Leveret og data
Kontrolgruppe i REM-eksperiment	67.917	63.189	62.420	58.082
SMS-demokrati i REM-eksperiment	67.917	63.241	62.394	58.061
SMS-social i REM-eksperiment	67.917	63.187	62.336	57.959
Kontrolgruppe i kommune-eksperiment	29.756	28.032	29.554	27.858
SMS-med fornavn i kommune-eksperiment	29.756	27.887	29.563	27.714
SMS-uden fornavn i kommune-eksperiment	29.756	27.988	29.539	27.793
Personer udtrukket og beskeder leveret	293.019	273.524	275.806	257.467

Note: * denne gruppe er inkl. de personer, som der ikke kunne leveres til. I de to sidste kolonner er der også et mindre frafald pga. manglende link via cpr-nr.

På baggrund af information fra systemet, der udsender beskederne, er det muligt at opgøre antallet af SMS'er, der faktisk blev leveret. Samlet blev der leveret en SMS-besked til 273.524 personer, hvilket svarer til en fejlrate på 6,7%. Det kan skyldes, at telefonnumrene er slettet, at telefonen er slukket eller er uden for dækning i 48 timer efter udsendelsen. Til sammenligning var fejlraten 15,8 procent ved eksperimentet ved Europa-Parlamentsvalget i 2014 til en noget yngre målgruppe (Bhatti et al., 2014:6). Da det ikke har været muligt at fremskaffe data om valgdeltagelse for alle stemmeberettigede, er antallet af personer, der indgår i analyserne en anelse lavere, jf. sidste kolonne i tabel 3.2.

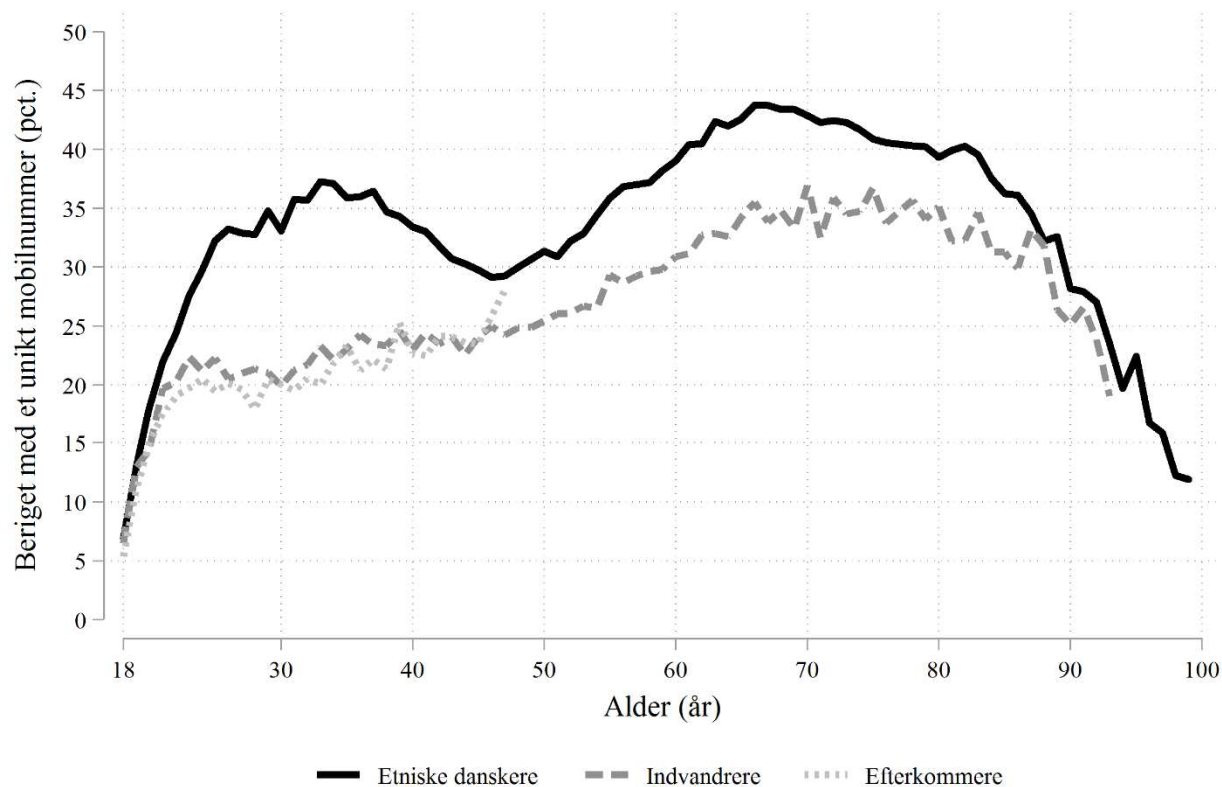
Som det fremgår af tabel 3.2, er der også udsendt SMS-beskeder til kontrolgruppen, hvilket ikke er gjort i tidligere danske eller udenlandske eksperimenter. Disse beskeder er udsendt dagen efter valget kl. 11 med stem.dk som afsender med ordlyden: *"Stemmerne fra valget er nu talt op. Du kan følge med i det politiske arbejde på din kommune og regions hjemmeside. Mvh. Stem.dk."* Grundet timingen i beskeden kan den naturligvis ikke påvirke valgdeltagelsen for kontrolgruppen. Til gengæld gør beskeden til kontrolgruppen det muligt at identificere de personer i kontrolgruppen, der ikke er mulige at kontakte. Den information kan vi bruge i analysen til at udregne effekten af faktisk at få leveret en SMS-besked, da vi nu har mulighed for at fjerne personer fra både kontrol- og stimuligrupper, som ikke har fået beskeden leveret.

Inden vi præsenterer indholdet i de to eksperimenter og analyserer effekterne af indsatserne, præsenterer vi nedenfor mere information om personerne, der kan SMS-beriges. I tabel 3.3 opdeler vi nummerberigelsesraten på etnisk baggrund.

Tabel 3.3: Nummerberigelse opdelt på etniske danskere, indvandrere og efterkommere

	Intet nummer		Et unikt nummer		To eller flere numre	
	n	%	n	%	n	%
Etnisk danskere	73.671	12,1	214.059	35,2	319.737	52,6
Indvandrere	24.428	9,4	67.544	25,9	168.985	64,8
Efterkommere	3.143	5,3	11.416	19,2	44.873	75,5
Total	101.242	10,9	293.019	31,6	533.595	57,5

Som det fremgår, kan vi knytte et unikt mobilnummer til 35% med etnisk dansk baggrund, mens det blot er 26% for indvandrere og 19 procent for efterkommere. I figur 3.1 bryder vi tallene op på alder.

Figur 3.1: Nummerberigelse fordelt på personernes alder og etnisk baggrund

Figur 3.1 viser, at det især er vanskeligt at nummerberige de yngste stemmeberettigede med et unikt nummer. Den skyldes hovedsageligt, at de fleste i denne gruppe bor hjemme, og at deres mobiltelefonnummer er registreret i en af deres forældres navne. En lignende forklaring kan være gældende for det dyk, der sker i unikke mobilnumre omkring de 40 år og frem til ca. 55 år. Her er der

tale om forældre, som står opført med to eller flere mobilnumre, men hvor et eller flere af numrene i praksis anvendes af deres børn.

Informationen om nummerberigelse illustrerer en relevant pointe i forhold til mobiliseringsindsatser. Selvom SMS-beskeder kan virke tillokkende både på grund af omkostningseffektivitet, samt at det virker som en god kommunikationsform til eksempelvis unge, så kan det være vanskeligt overhovedet at kontakte målgruppen ved brug af SMS-beskeder. Hvis ens målgruppe eksempelvis er unge indvandrere og efterkommere, så mister man ca. 80 procent af målgruppen, inden man overhovedet forsøger at kontakte dem. SMS-beskeder kan stadig være et godt værktøj for ens kampagne, men det kommer altså ikke uden den pris, at mange ikke kan kontaktes.

3.2 Analyse af REM's udsending af SMS-stemmeopfordringer

Det første SMS-eksperiment er udført på vegne af Rådet for Etniske Minoriteter (REM). Målgruppen for indsatsen er stemmeberettigede indvandrere og efterkommere. I tillæg er der inkluderet en tilfældigt udtrukket gruppe af stemmeberettigede med etnisk dansk baggrund, som muliggør en analyse af, om SMS-stemmeopfordringerne virker stærkere for indvandrere og efterkommere i 2017.

SMS-eksperimentet trækker på erfaringer fra 2013 og 2014 (Bhatti et al 2014a; b). Her viste et eksperiment i samarbejde med REM ved Kommunalvalget i 2013, at SMS-stemmeopfordringerne øgede valgdeltagelsen med 0,3 procentpoint (insignifikant) i gennemsnit. Særligt interessant var det, at valgdeltagelsen blev øget med 1 procentpoint for efterkommere og med 2,9 procentpoint for indvandrere.

I to andre eksperimenter testede vi timingen af SMS-udsendelser og fandt frem til, at stemmeopfordringerne med fordel kan sendes nogle dage inden valgdagen for at optimere effekten. En forklaring kan være, at en SMS-opfordring kan få nogle sofavælgere til at beslutte sig for at stemme, men det kræver, at de har noget tid til at tale med familie og venner om valget samt afsøge information. Hvis man sender på valgdagen, er det for sent til at ændre sofavælgernes adfærd. Konkret indikerer de tidligere undersøgelser, at torsdag er en god dag at sende beskeden på. Med afsæt i vores tidligere undersøgelser bliver *alle SMS-beskederne udsendt torsdag d. 16. november i mellem klokken 11 og 12*. Tillige blev klokkeslættet valgt med henblik på at fange vælgerne, mens de var en del af et socialt fællesskab fx uddannelse, arbejde mv., hvor det vil være naturligt at tale med ens netværk om, om de også havde fået en besked, og om de også stemmer mv. På den måde er tanken, at beskeden ville skabe et større social forståelse for det at stemme, som en del af et fællesskab.

I de tidligere SMS-eksperimenter har vi ligeledes prøvet en række forskellige formuleringer af SMS-beskeder, hvoraf nogle har vist sig mere effektfulde end andre. Her skal man dog huske på, at det i flere tilfælde strengt taget ikke er muligt at afgøre, om det er formuleringen af beskeden eller forskelle i målgruppen, der gør, at nogle beskeder viser større effekter end andre. For eksempel har vi fundet den største effekt ved brug af en formulering, der fremhæver den såkaldte borgerpligt ved at stemme (Dale & Strauss 2009; Bhatti et. al 2014a; b). Denne formulering anvender vi også til den første gruppe i nærværende eksperiment. Imidlertid er den SMS-besked udelukkende blevet testet på unge vælgere mellem 18-29 år. Ved at teste beskeden på en bredere målgruppe kan vi således lære, om formuleringen også virker på en bredere målgruppe. Den første gruppe i eksperimentet får derfor følgende besked i figur 3.2.

Figur 3.2: Almindelig demokrati SMS-besked

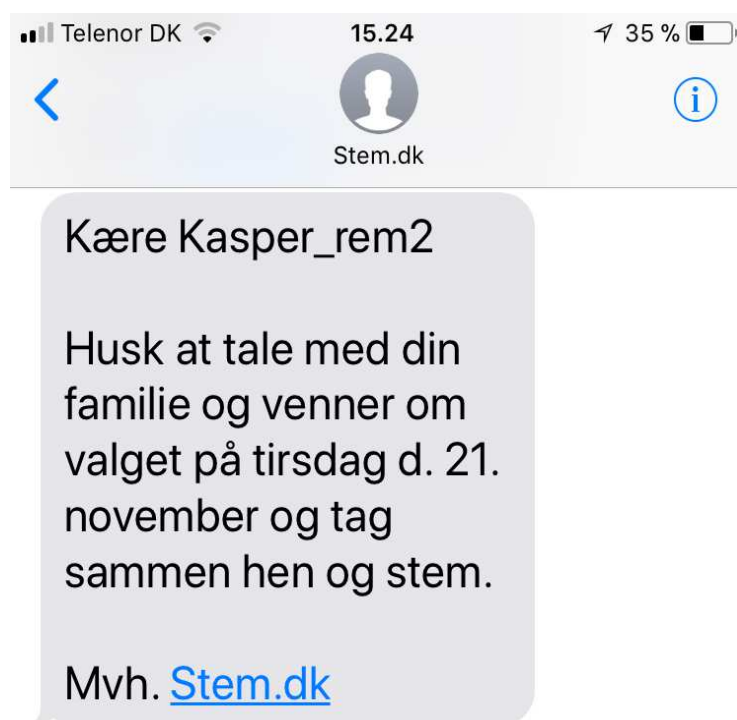


I et forsøg på at optimere effekten af eksperimentet har vi udarbejdet en SMS-stemmeopfordring, der eksplicit fremhæver sociale elementer ved valghandlingen. I den eksisterende mobiliseringslitteratur har en række studier vist positive effekter på valgdeltagelsen ved at udøve en form for socialt pres for at stemme, eller ved at fremhæve sociale normer relateret til valgdeltagelsen

(f.eks. Dale & Strauss 2009). I en spørgeskemaundersøgelse i forbindelse med Kommunalvalget 2013 blev det påvist, at en stor del af vælgerne taler med hinanden om valget og om at følges til valgstedet (Hansen 2016). Og det bliver ikke bare ved snakken. Således viser data fra de digitale valglister kombineret med registerdata ved Kommunalvalget i 2013, at 60% af vælgerne, der bor sammen med andre stemmeberettigede, faktisk afgiver deres stemme samtidig (Bhatti et al. 2018b).

Samlet set er der dermed en række beviser for, at stemmeafgivningen er en social aktivitet, hvor deling af normer og information kan hjælpe på vej. Med dette i tankerne har vi udarbejdet en SMS-stemmeopfordring, der eksplicit opfordrer modtagerne til at involvere deres nære sociale netværk omkring valget. Den anden gruppe i eksperimentet modtager derfor besked i figur 3.3.

Figur 3.3: Social SMS-besked



Endelig modtog kontrolgruppen en besked efter valget med det formål at kunne fjerne ikke-fungerende mobilnumre i såvel treatment-, som i kontrolgruppen uden at skabe skævhed imellem de to grupper. Kontrolgruppen modtog besked i figur 3.4.

Figur 3.4: Kontrolgruppe SMS-besked



Resultater

I tabel 3.4 præsenterer vi hovedresultaterne for undersøgelsen. Vi præsenterer for det første effekten udregnet for alle, der er blevet udtrukket til grupperne (ITT-effekt). Det er ganske simpelt, idet der reelt er tale om en sammenligning af den gennemsnitlige valgdeltagelse i grupperne. Estimatet er sammenligneligt med resultaterne fra 2013 og 2014. For det andet præsenterer vi effekten for dem, der faktisk har modtaget SMS-beskeden, dvs. Complier Average Causal Effect (CACE) (Gerber & Green 2012:141). Her tager vi som tidligere beskrevet de personer ud, hvor det ikke er muligt at levere SMS-beskeden indenfor 48 timer efter afsendelse. Det ville være fejlagtigt kun at tage ikke-modtagere ud af stimuligrupperne, idet det ikke er tilfældigt, hvilke personer, det ikke er muligt at levere SMS-beskeden til. Derfor er det nødvendigt også at fjerne personer i kontrolgruppen, der ville være ikke-modtagere, hvis de havde indgået i stimuligrupperne. Som udgangspunkt kan disse personer ikke identificeres, da de jo netop ikke modtager en SMS-stemmeopfordring inden valget. Vi identificerer i stedet gruppen ved at udsende den tidligere beskrevne SMS-besked til kontrolgruppen dagen efter valget.

Tabel 3.4: Effekterne af REM-eksperiment opdelt på type af SMS-type

	Alle udsendte SMS med i opgørelsen			Kun leveret SMS		
	Valgdeltagelse (%)	Effekt (%-point) ITT	N	Valgdeltagelse (%)	Effekt (%-point) CACE	N
Kontrolgruppe	67,3		62.420	68,5		58.082
SMS-demokrati	68,3	1,0**	62.394	69,6	1,1**	58.061
SMS-social	68,1	0,8**	62.336	69,4	0,9**	57.959
Total	67,9		187.150	69,2		174.102

Note: Om forskellen er statistisk signifikant forskellig fra kontrolgruppens valgdeltagelse er testet ved logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og stimuligrupperne som uafhængige dummy-variable med kontrolgruppen som referencekategori. **p<0,01 (ensidet test). Randomiseringstest viser, at randomiseringen mellem grupperne har fungeret efter hensigten. Det er således ingen signifikant sammenhæng mellem baggrundsvARIABLE (køn, alder i dage, uddannelse, og personindkomst), og hvilken gruppe man er tildelt.

Den samlede effekt af SMS-demokratibeskeden var 1,0 procentpoint og statistisk signifikant. Hvis vi tager højde for manglende levering, er effekten 1,1 procentpoint (CACE). Den sociale SMS-besked har en lidt mindre effekt, men de to beskeders effekt er ikke statistisk signifikant forskellige fra hinanden. Effekttørrelse er tæt på gennemsnittet af tidligere SMS-kampagner i Danmark (Bhatti et al. 2014a; b), men da målgrupperne er forskellige i de forskellige SMS-kampagner er gennemsnittet en usikker målestok. Da REM-eksperimentets fokus var på indvandrere og efterkommere opdeler tabel 3.5 effekten på personer med danske oprindelse og henholdsvis indvandrere og efterkommere.

Tabel 3.5: Effekterne af REM-eksperiment opdelt på SMS-type og deltagernes oprindelse

Oprindelse		Valgdeltagelse (%)	Effekt i procentpoint	N
Dansk oprindelse	Kontrolgruppe	78,1		35.220
	SMS-demokrati	79,2	1,1**	35.292
	SMS-social	79,0	0,9**	35.217
Indvandrere	Kontrolgruppe	54,2		19.650
	SMS-demokrati	55,6	1,4**	19.496
	SMS-social	55,1	1,1**	19.490
Efterkommere	Kontrolgruppe	49,5		3.212
	SMS-demokrati	50,3	1,2	3.273
	SMS-social	51,0	0,5	3.252

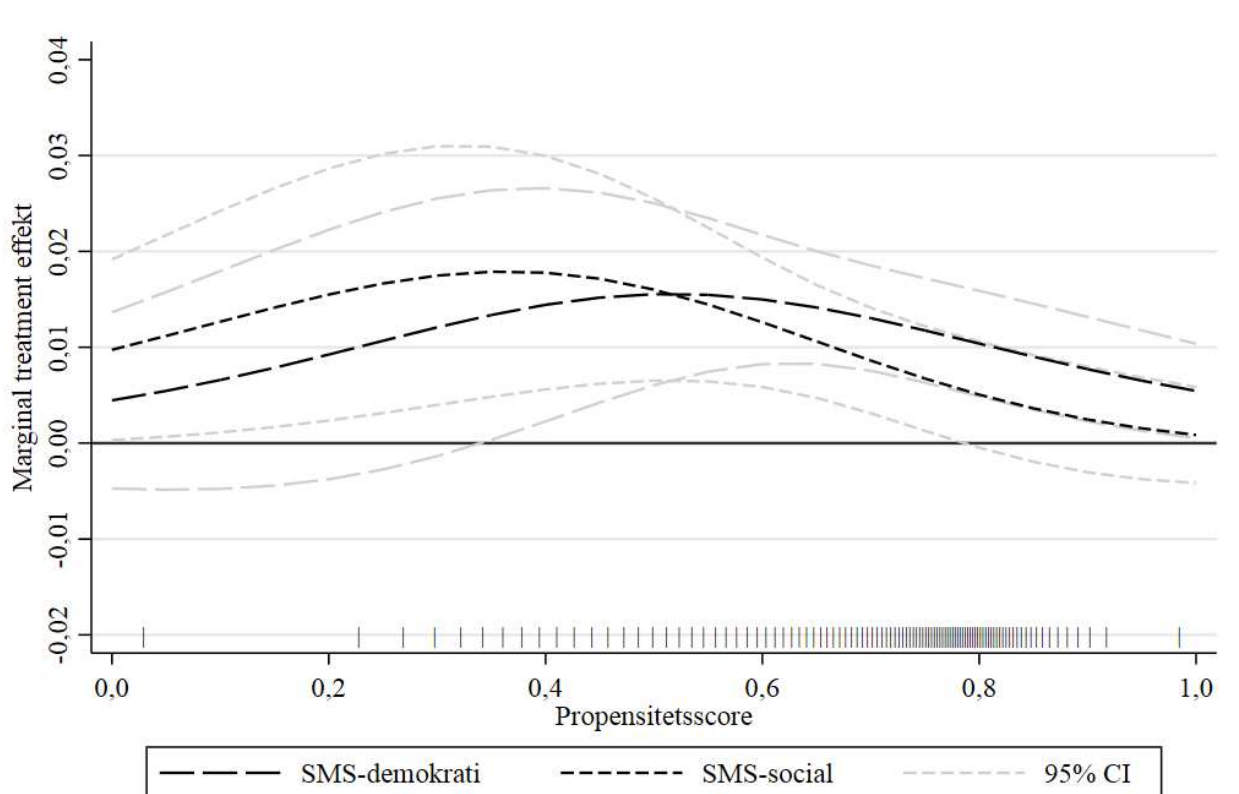
Note: Om forskellen (CACE) er statistisk signifikant forskellig fra kontrolgruppens valgdeltagelse er testet ved logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og stimuligruppen som uafhængig dummy-variabel med kontrolgruppen som referencekategori. **p<0,01 (ensidet test).

Effekten for indvandrere er 1,4 procentpoint for SMS-demokratibeskeden, mens den er 1,1 procentpoint for den sociale SMS-besked. Efterkommere har nogenlunde samme effektestimater, men gruppen er betydeligt mindre, og derfor bliver effekterne ikke statistisk signifikante. Igen er det

også værd at bemærke, at den sociale SMS-besked ikke på noget tidspunkt har større effekt end demokratibesked, hvilket ellers var vores forventning.

I figur 3.5 analyserer vi effekterne over personernes tilbøjelighed til at stemme i udgangspunktet. Her er der to interessante fund. For det første er det primært den brede midtergruppe med middel tilbøjelighed til at stemme som mobiliseres. Mobiliseringseffekten topper ved små to procentpoint for SMS-social og 1,5 procentpoint for SMS-demokrati. For det andet er effekten forskudt mellem de to SMS-beskeder i forhold til tilbøjeligheden til at stemme. SMS-social mobiliserer bedre i den lave ende, mens SMS-demokrati ser ud til at virke bedre for borgere med højere tilbøjelighed til at stemme. Det giver god mening, da vi også i andre sammenhænge har vist, at det sociale betyder mest for netop de vælgere, som i udgangspunktet er mest tilbøjelige til at blive hjemme (Bhatti et al. 2018).

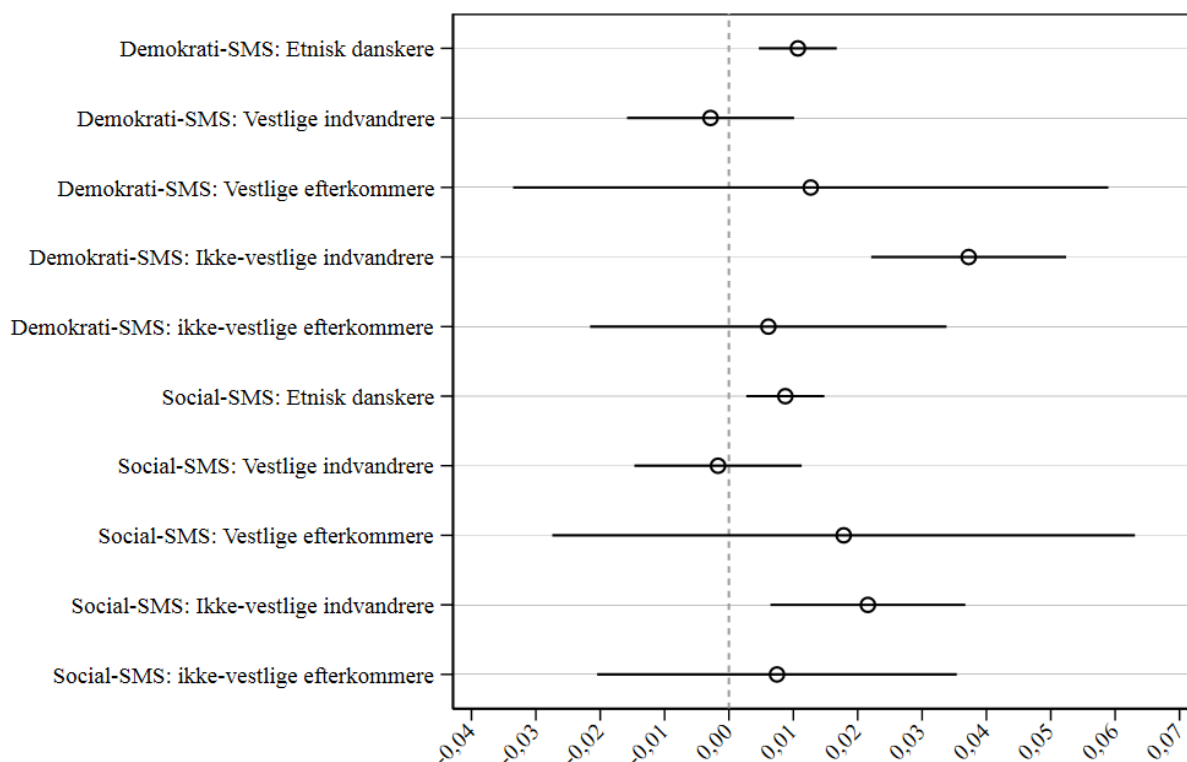
Figur 3.5: Effekten på valgdeltagelse af SMS over tilbøjeligheden for at ville stemme



Note: Effekten (CACE) i hundrededel af procent dvs. 0,2=2 procentpoint. Ved en propensityscore på 0 er den estimerede sandsynlighed 0 for, om man ville stemme, mens dem med en score på 1 har en sandsynlighed på 1 for at ville stemme. Propensityscoren er beregnet pba. en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse ved KV17 som den afhængige variabel. Følgende uafhængige variable med en indikator for både mor og far indgår: bor med, stemte KV09, stemte KV13, stemte EP14, stemte FV15, uddannelse, alder i dage, alder i dage², alder i dage³, etnicitet, indkomst, evt. overførelsesindkomst og følgende for den unge: køn, alder i dage, alder i dage², igangværende uddannelse, afsluttet uddannelse, evt. overførelsesindkomst samt kommunale fixed effects. Kontrolgruppen er anvendt population for beregningen af propensityscoren, n=58.082, R²=9,5%. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. Den nederste del af figuren er et fordelingsplot, der angiver, hvordan målgruppen faktisk fordeler sig på propensityscoren. Hver streg udgør en procent af gruppen.

I og med at REM-eksperimentet havde størst fokus på indvandrere og efterkommere, giver det særlig mening at undersøge disse gruppers grad af mobilisering. Figur 3.6 analyserer mobiliseringseffekten opdelt på borgere med etnisk dansk herkomst, indvandrere og efterkommere fra vestlige og ikke vestlige lande for de to forskellige SMS-beskeder. Det mest iøjefaldende er, at ikke-vestlige indvandrere bliver mobiliseret med næsten 4 og næsten 2 procentpoint af henholdsvis SMS-demokrati og SMS-social. SMS-beskederne har altså været stærkest over for de ikke-vestlige indvandrere, som i udgangspunktet har en særdeles lav valgdeltagelse.

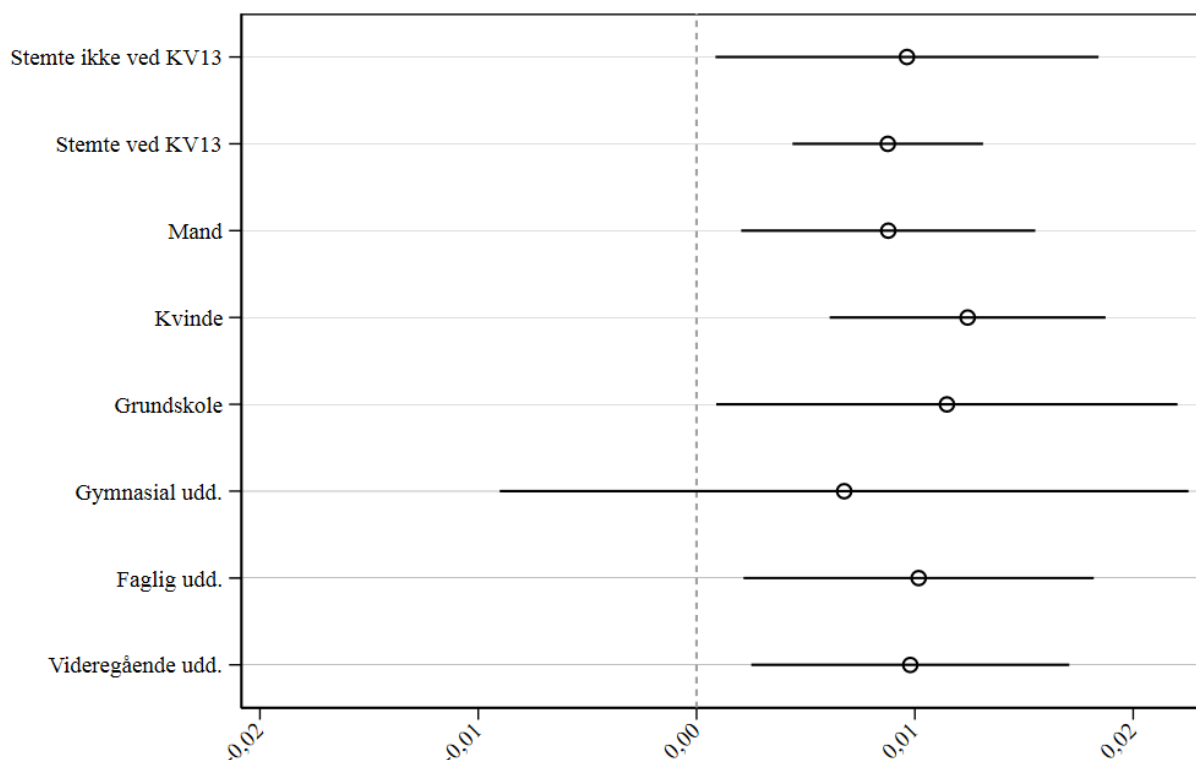
Figur 3.6: Effekten over indvandrere og efterkommere



Note: Gennemsnitlige marginale effekter baseret på en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og etnisk herkomst og stimuligrupper samt interaktion mellem disse som uafhængige variable. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. CACE, 0,01=1 procentpoints effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Stregerne angiver 95% konfidensinterval.

Figur 3.7 viser mobiliseringseffekten (CACE) over forskellige udvalgte grupper uden hensyn til, om vælgeren har modtaget SMS-social eller SMS-demokrati. Figuren viser, at der ingen væsentlige forskelle er på SMS-beskedernes effekt uanset, om modtageren stemte ved forrige kommunalvalg, på tværs af køn eller uddannelsesniveau. SMS. Alle grupperne er altså blevet ligeligt mobiliseret, når den statistiske usikkerhed tages med i betragtningen.

Figur 3.7: Effekten over udvalgte grupper (begge SMS-beskeder analyseret under et)



Note: Gennemsnitlige marginale effekter baseret på en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og etnisk herkomst og stimuligrupper samt interaktion mellem disse som uafhængige variable. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. CACE, 0,01=1 procentpoints effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Stregerne angiver 95% konfidensinterval.

Samlet set har REM's SMS-eksperiment altså haft en mobiliserende effekt på 1,1 procentpoint og en effekt på helt op til 4 procentpoint blandt ikke-vestlige indvandrere. Der er ingen statistisk signifikant forskel på, om det er en SMS, der fremhæver de sociale aspekter eller demokratiske aspekter ved at stemme i den generelle analyse. Analyserne viser også, at SMS-beskederne har samme mobiliserende effekt på tværs af en række grupper (køn, uddannelse og om man stemte ved forrige kommunalvalg). Samtidig viser analysen, at mobiliseringseffekten har været størst for den gruppe, som er moderat tilbøjelig til at ville stemme.

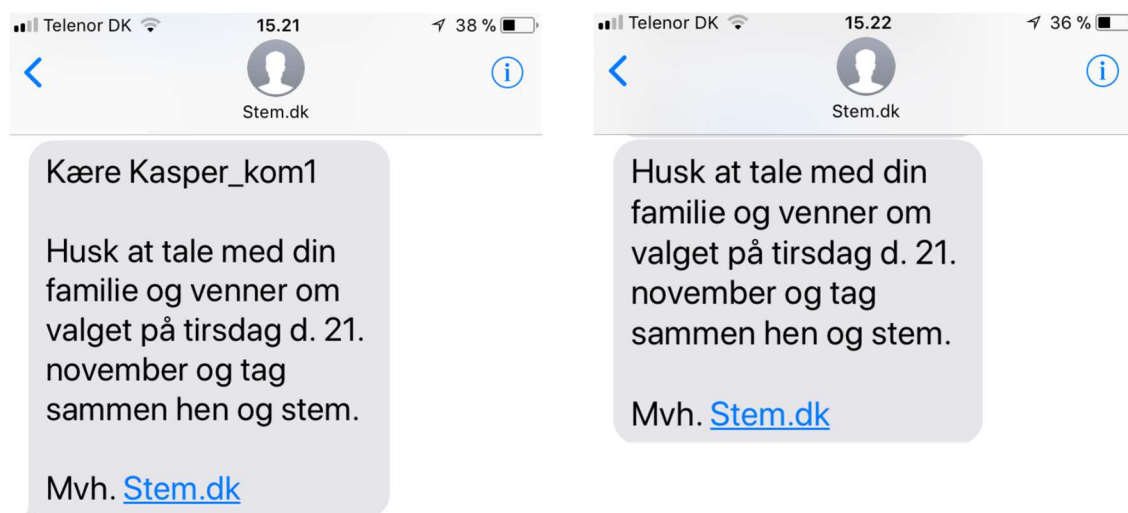
3.3 Analyse af ni kommuners fællesudsending af SMS-stemmeopfordringer

I forbindelse med invitationen til landets kommuner om at deltage i kortlægningen af valgdeltagelse (Hansen 2018) inviterede vi dem samtidig til at deltage i en fælles udsending af SMS-stemmeopfordringer i deres kommuner. Fordelene ved at gå sammen om udsendingen er, at man kan

spare opstartsomkostninger i forbindelse med masseudsending af beskederne, som er en stor andel af de samlede omkostninger ved at udsende SMS-beskeder. Samtidig sparer man arbejdstimer ved, at der ikke behøver være medarbejdere i hver kommune, der designer udsendingen og sikrer implementeringen. Endelig er det muligt at lave en rigtig eksperimentel effektevaluering ved at koble informationen om udsendingen med data om faktisk valgdeltagelse, hvilket dermed danner basis for forbedring af indsatsen ved kommende valg. Følgende ni kommuner endte med at indgå i forsøget: Frederiksberg, Brøndby, Gladsaxe, Høje-Taastrup, Rødovre, Lejre, Svendborg, Horsens og Kolding.

I forsøget anvender vi en stort set identisk besked til de to stimuligrupper. Den eneste variation er, om modtagerens fornavn er inkluderet i beskeden. Der er gode grunde til at antage, at en besked med modtagerens fornavn er mere effektfuld end en besked uden navn. Det virker eksempelvis mere personligt, hvilket alt andet lige gør større indtryk. Der er imidlertid ingen videnskabelige undersøgelser af, om selve det at inkludere navnet i udsendingen faktisk gør en forskel. Da beskeder uden fornavn i er simplere at udsende og frigiver plads til anden tekst, vil det derfor i et kampagneperspektiv være brugbart at vide, om det gør en forskel at droppe navnene. De udsendte beskeder i dette eksperiment er vist i figur 3.7.

Figur 3.7: SMS-beskeder anvendt i kommune-eksperimentet



Resultater

Endelig modtog kontrolgruppen også en SMS efter valget. Det var den samme som i REM SMS-eksperimentet.

Vi præsenterer resultaterne for kommuneeksperimentet på samme vis som for REM-eksperimentet og henviser til det kapitel for nærmere introduktion. Tabel 3.6 viser effekten af kommuneeksperimentet for de to typer af SMS-beskeder.

Tabel 3.6: Mobiliseringseffekterne af kommune-eksperiment opdelt på type af SMS-type

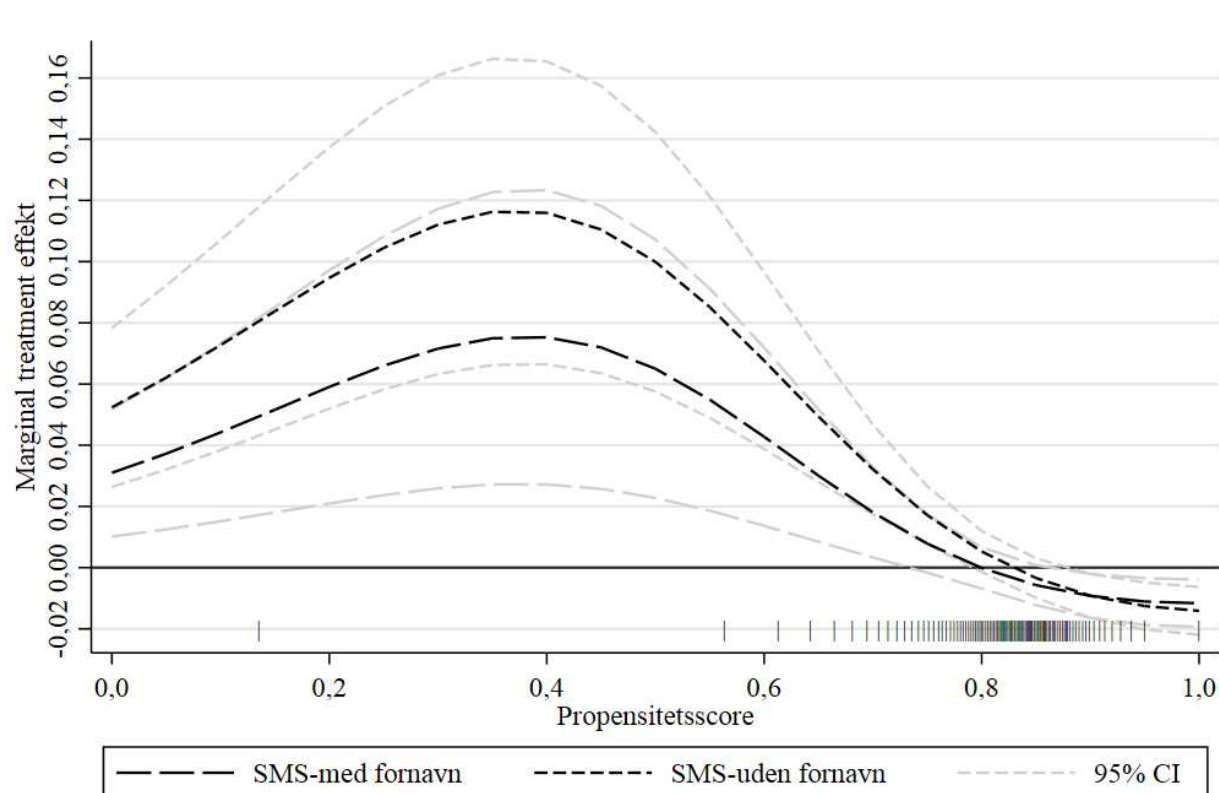
	Alle udsendte SMS med i opgørelsen			Kun leveret SMS		
	Valgdeltagelse (%)	Effekt (%-point) ITT	N	Valgdeltagelse (%)	Effekt (%-point) CACE	N
Kontrolgruppe	81,1		29.554	81,8		27.858
SMS - med fornavn	81,0	-0,1	29.563	81,7	-0,1	27.714
SMS – uden fornavn	81,6	0,5	29.539	82,3	0,5*	27.793
Total	81,2		88.656	81,9		83.365

Note: Om forskellen er statistisk signifikant forskellig fra kontrolgruppens valgdeltagelse er testet ved logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og stimuligrupperne som uafhængige dummy-variable med kontrolgruppen som referencekategori. ** $p < 0,01$ (ensidet test). Randomiseringstest viser, at randomiseringen mellem grupperne har fungeret efter hensigten. Det er således ingen signifikant sammenhæng mellem baggrundsvARIABLE (køn, alder i dage, uddannelse, og personindkomst), og hvilken gruppe man er tildelt.

Som det fremgår af tabel 3.6 er der ingen effekt af SMS-beskeden med fornavn, men derimod en mobiliseringseffekt på 0,5 procentpoint af SMS'en uden fornavn.

Figur 3.8 undersøger effekterne afhængigt af deltagernes tilbøjelighed til at stemme i udgangspunktet. Effekterne er helt op til 12 procentpoint i den meget lille gruppe, som i udgangspunktet sandsynligvis var blevet hjemme. Gruppen udgør dog kun 2% af samtlige deltagere i eksperimentet. Der er ingen effekt af SMS-beskederne for modtagere med høj tilbøjelighed til at stemme.

Figur 3.8: Effekten på valgdeltagelse af SMS over tilbøjeligheden for at ville stemme

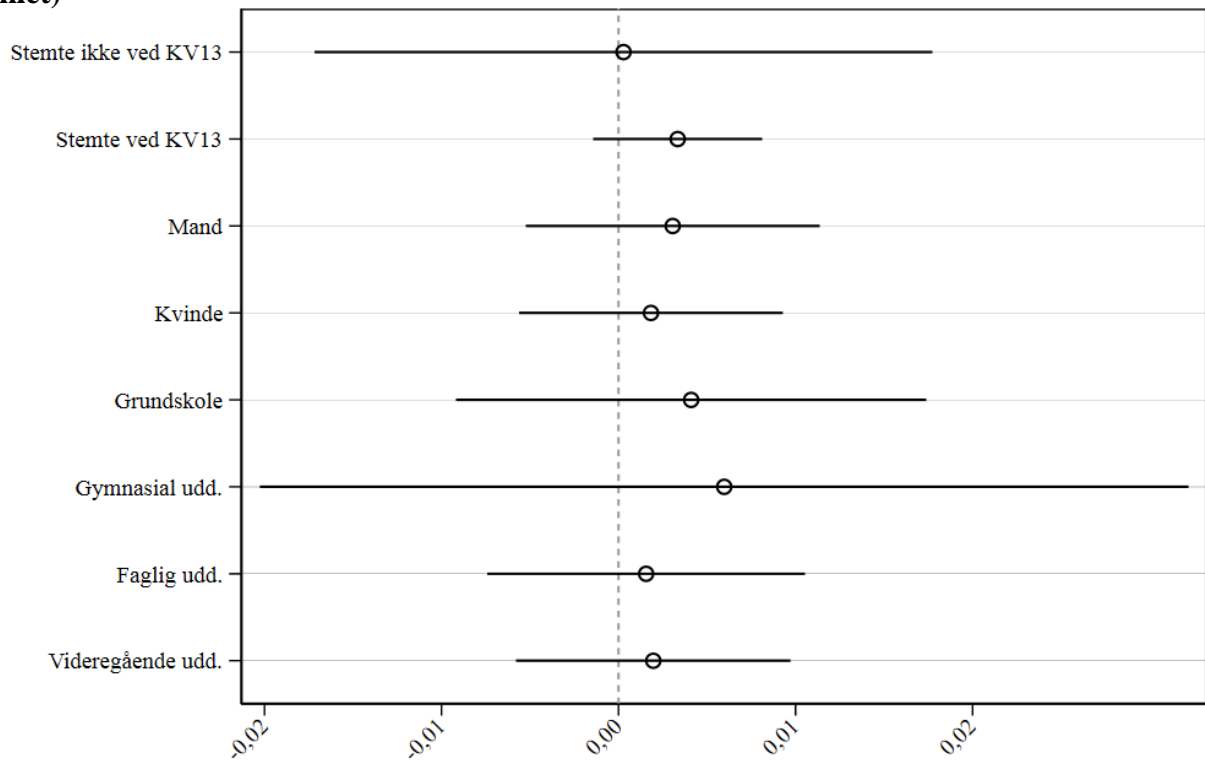


Note: Effekten (CACE) i hundrededel af procent dvs. 0,2=2 procentpoint. Ved en propensitetsscore på 0 er den estimerede sandsynlighed 0 for, om man ville stemme, mens dem med en score på 1 har en sandsynlighed på 1 for at ville stemme. Propensitetsscoren er beregnet pba. en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse ved KV17 som den afhængige variabel. Følgende uafhængige variable med en indikator for både mor og far indgår: bor med, stemte KV09, stemte KV13, stemte EP14, stemte FV15, uddannelse, alder i dage, alder i dage², alder i dage³, etnicitet, indkomst, evt. overførelsesindkomst og følgende for den unge: køn, alder i dage, alder i dage², igangværende uddannelse, afsluttet uddannelse, evt. overførelsesindkomst samt kommunale fixed effects. Kontrolgruppen er anvendt population for beregningen af propensitetsscoren, n=27.852, R²=3,6%. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. Den nederste del af figuren er et fordelingsplot, der angiver, hvordan målgruppen faktisk fordeler sig på propensitetsscoren. Hver streg udgør en procent af gruppen.

De relative store effekter af SMS-beskeden blandt deltagerne med lav udgangstilbøjelighed for at stemme indikerer, at der i fremtiden er mulighed for at målrette mobiliseringsbestræbelserne mod disse personer og dermed lave mere effektive indsatser. Modsat er faren ved målrettet mobilisering, at gruppen kan føle sig stigmatiseret med manglende positiv effekt til følge.

Figur 3.9 analyserer effekten for specifikke grupper, som man kunne have særlig interesse i at mobilisere.

Figur 3.9: Effekten på valgdeltagelse af SMS over udvalgte grupper (de to SMS'er analyseret samlet)



Note: Gennemsnitlige marginale effekter baseret på en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og etnisk herkomst og stimuligrupper samt interaktion mellem disse som uafhængige variable. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. CACE, 0,01=1 procentpoints effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Stregerne angiver 95% konfidensinterval.

Analysen i figur 3.9 viser, at der ingen statistiske signifikante effekter er af de to SMS-beskeder, når de analyseres under et, og at der ingen forskel er mellem grupperne.

De kommunale SMS-beskeder har altså vist, at der er muligt også at få en positiv effekt ud af en SMS til gruppen over 40 år på et 0,5 procentpoint. Samtidigt har det vist sig, at brugen af fornavn i SMS-beskeden til denne gruppe *ikke* har en positiv effekt – snarere tværtimod.

Kapitel 4 - Plakater med valginformation i socialt udsatte boligområder

I dette kapitel analyserer vi effekten af at hænge plakater med information om valget og en stemmeopfordring op i opgange i 24 udsatte boligområder. Indsatsen blev gennemført af Rådet for Etniske Minoriteter (REM). Ophængningen af plakater følger op på et mindre projekt gennemført i forbindelse med kommunalvalget i 2013, hvor Odense Kommune hang plakater og uddelte flyers i tilfældigt udtrukne opgange i boligområdet Bolbro. Effektevalueringen viste dengang, at plakaterne i gennemsnit ikke havde en effekt på valgdeltagelsen, men der var til gengæld estimeret effekt på 14 procentpoint for indvandrere og efterkommere, uagtet deres oprindelse (Bhatti et al. 2014c: 64). Det er dog væsentligt at fremhæve, at der er stor usikkerhed forbundet med effekttestimatet grundet relativt få personer i målgruppen. Der var således blot 385 indvandrere og efterkommere med i det oprindelige eksperiment fordelt på 167 opgange i Bolbro, Odense.

Idet REM har som målsætning at øge etniske minoriteters deltagelse i demokratiet, er det oplagt, at plakatoophængning i boligområder med en høj andel af indvandrere og efterkommere er et interessant redskab, såfremt det kan øge valgdeltagelsen. Således er det relativt billigt og simpelt at skalere plakatoophængning op til flere boligområder. Spørgsmålet er derfor, om stemmeopfordringer med plakater i opgangene virker, når man skalerer det op til flere boligområder.

Undersøgelsesdesign

Undersøgelsen gennemføres i de socialt udsatte boligområder, der fremgik af den såkaldte Ghattoliste, der blev offentliggjort d. 1. december 2016 (Transport- Bygnings- og Boligministeriet 2016). Listen består af 25 boligområder i 16 kommuner. Via Transport- Bygnings- og Boligministeriet fik vi adgang til en liste over opgangene i boligområderne⁴. Ministeriet var ligeledes behjælpelige med at oplyse om nogle vejnavne bestående udelukkende af rækkehuse i Vollsmose. Tilsvarende information for nogle adresser i området Skovvejen/Skovparken. Idet det ikke er muligt at ophænge plakater i opgange for rækkehuse, er disse blevet fjernet fra eksperimentet forud for den tilfældige inddeling i kontrol- og stimuliopgange.

Herefter har vi i hvert boligområde tilfældigt udtrukket halvdelen af opgangene i kontrolgruppen og halvdelen i stimuligruppen (dvs. en klyngerandomisering inden for blokke, hvor klynge = opgang). Listerne er herefter blevet leveret til REM, som har stået for implementeringen af

⁴ Når vi skriver opgangene her, mener vi vejnavne og husnumre og husbogstav, men ikke etage eller side i opgangen. Der er en del rækkehuse på listen, hvilket vi kommer ind på senere.

felteksperimentet. Tabel 4.1 viser en oversigt over antallet af opgange i hvert boligområde i de to grupper.

Tabel 4.1: Oversigt over randomisering inden valget

Boligområde	Antal opgange med plakat	Antal opgange i kontrolgruppen	Total
Mjølnerparken	27	26	53
Tingbjerg/Utterslev	230	231	461
Bispeparken	42	42	84
Tåstrupgård	59	59	118
Charlotteager	55	55	110
Gadehavegård	52	53	105
Askerød	37	38	75
Karlemoseparken	33	33	66
Rønnebærparken	37	37	74
Agervang	28	28	56
Ringparken	47	47	94
Motalavej	53	53	106
Solbakken	43	42	85
Vollsmose	242	243	485
Byparken/Skovparken	37	38	75
Nørager/Søstjernen	32	32	64
Stengårdsvej*	135	135	270
Korskærparken	73	72	145
Sundparken	37	36	73
Munkebo	86	86	172
Skovvejen	51	52	103
Finlandsparken	26	27	53
Bispehaven	62	61	123
Skovgårdsparken	46	46	92
Gellerupparken	71	72	143
Total	1.711	1.714	3.425

Note: *Studiet blev ikke implementeret pga. ressourcemangel.

Implementering og klargøring af data

Plakaterne er blevet ophængt i de udtrukne opgange imellem 11 og 6 dage forud for valget. I langt størstedelen af boligområderne har REM's egen medarbejder været med til at hænge plakaterne op og noteret eventuelle udfordringer og uoverensstemmelser med de udleverede lister ned. Figur 4.1 viser den plakat, der er blevet hængt op i opgangene og eksempler på hvor og hvordan.

Figur 4.1: Plakat ophængt af REM i opgange i socialt udsatte boligområder



Efter valget har vi fået en række oplysninger, som i overensstemmelse med før-analyseplanen bliver anvendt til at præcisere vores analyse. På listen over Gellerupparken fremgik der eksempelvis bygninger, som er blevet revet ned. Ligeledes fremgik der i en række boligområder rækkehuse eller ejendomskontorer, som af natur ikke kan indgå i et studie af plakatoopsætning i opgange. Vi har kunnet identificere rækkehuse ved hjælp af information fra REM's medarbejder samt fra data fra Danmarks Statistik, men denne information har vi først haft adgang til efter valget.

Som nævnt i før-analyseplanen, tager vi rækkehuse ud af analyserne. Det vil ikke skævvride estimerne, idet de har haft lige sandsynlighed for at blive allokeret i kontrol- og stimuligruppen. Derudover udgår, naturligvis, de adresser, hvor boligerne ikke findes (fx pga. nedrivning). Hele boligområdet Stengårdsvej udgår ligeledes af analysen idet plakatoophængningen ikke blev implementeret her pga. ressourcemangel. Endelig er der 39 adresser i den oprindelige fil, der ikke kan flettes med en tilsvarende adresse i listen over vælgerne. Vi kan ikke sige med sikkerhed, hvorfor det er tilfældet, men den mest oplagte årsag er, at der ikke bor nogle stemmeberettigede på de 39 adresser – eksempelvis fordi de er rækkehuse eller alle beboerne ikke har opnået stemmeret endnu (f.eks. ikke EU-borgere med mindre end tre års ophold i Danmark). I alt ender vi med 2.548 opgange med i alt 24.058 stemmeberettigede fordelt på 24 boligområder. Tabel 4.2 viser, hvordan de 24.058 stemmeberettigede fordeler sig over de eksperimentelle grupper sammen med tilbagemeldingerne fra REM's medarbejder, som opsatte plakaterne og fulgte processen tæt.

Tabel 4.2: Faktisk fordeling over kontrol- og stimuligruppe (procent)

	Kontrolopgang ingen plakat	Plakat ophænges	N
Ingen kendte problemer	94,8	95,0	22.840
Plakater taget ned pga. fejl-kommunikation	4,7	4,4	1.097
Flere opgange samlet under ét husnummer	0,5	0,6	121
Total	100	100	
Total N	12.088	11.970	24.058

Vi vælger her at holde fast i at analysere kontrol- og stimuligruppen samlet og ikke fjerne personer eller opgange, hvor en plakat eventuelt er taget ned før tid, eller hvor en person bor i en hustand, som har flere opgange. De er alle med i randomiseringen og kun ved at lade dem blive i analyserne, er vi sikre på, at randomiseringen er tilfredsstillende ud fra et metodisk perspektiv, idet der kan være systematiske (evt. ikke målbare) skrævheder mellem opgange af den ene eller anden type. Dermed

også sagt, at vi analyserer Intention-To-Treat (ITT) i det følgende. Niveauet af plakater, som blev taget ned og flere opgange samlet under et husnummer er dog så lille og fordelt ligeligt mellem kontrol- og stimuligruppen, at de ikke har væsentlig betydning for beregningen af effekterne. Selv hvis man valgte at benytte det mindre valide mål Average-Treatment-on-the-Treated (ATT), hvor man fjerner de to kategorier, vil det ikke påvirke effekterne nævneværdigt i de følgende analyser.

Resultater

I tabel 4.3 præsenterer vi en samlet analyse. Vi splitter resultaterne op på borgere med etnisk dansk herkomst og indvandrere og efterkommere, idet der bor mange indvandrere og efterkommere i områderne, og fordi det er et specifikt mål med indsatsen at øge denne gruppes valgdeltagelse.

Tabel 4.3: Resultater for plakater i 24 udsatte boligområder

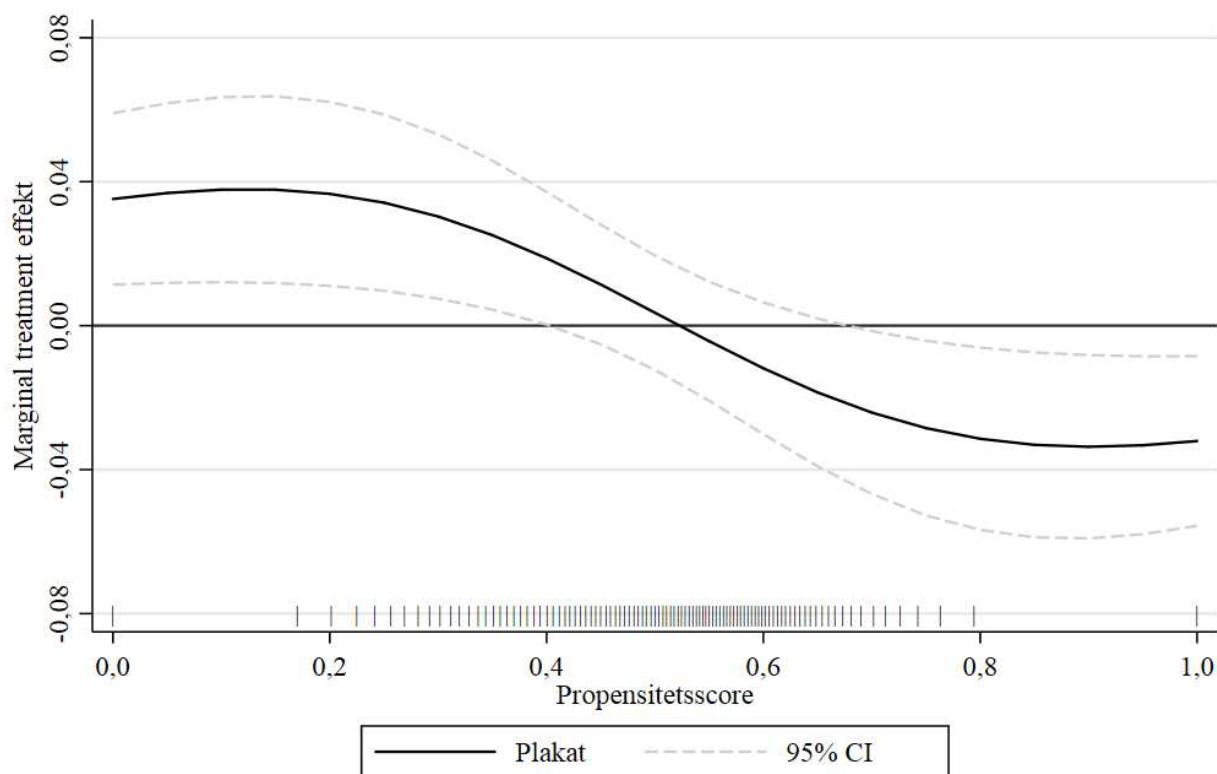
Personernes oprindelse		Valgdeltagelse (%)	Effekt i pct.point	Samlet N
Dansk oprindelse	Kontrolgruppe	57,2	0,2	10.803
	Tiltag i opgang	57,4		
Indvandrere og efterkommere	Kontrolgruppe	44,5	0,6	13.255
	Tiltag i opgang	45,1		
Alle	Kontrolgruppe	50,1	0,6	24.058
	Tiltag i opgang	50,7		

Note: Om forskellen er statistisk signifikant forskellig fra kontrolgruppens valgdeltagelse er testet ved logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og stimuligrupperne som uafhængige dummy-variable med kontrolgruppen som referencekategori. Randomiseringstest viser, at randomiseringen mellem grupperne har fungeret efter hensigten. Det er således ingen signifikant sammenhæng mellem baggrundsvariable (køn, alder i dage, uddannelse, og personindkomst) og hvilken gruppe man er tildelt.

Alle effektstørrelsen er positive og effekten er 0,6 procentpoint for indvandrere og efterkommere, men statistisk insignifikant. Vi kan altså ikke slå fast om at effektstørrelsen på de 0,6 procentpoint er forskelligt fra ingen effekt.

En anden måde at forstå effekterne af at få en plakat hængt op i sin opgang med opfordring til at stemme, er ved at opdele de stemmeberettigede efter, hvor tilbøjelige de i udgangspunktet er for at stemme. På den måde kan man få et indblik i om de stemmeberettigede, som var mest tilbøjelige til at blive hjemme, lader sig påvirke mere end andre af plakaten. Det er netop hvad analysen i figur 4.2 viser. De grupper, som højst sandsynligt ikke ville have stemt, oplever en mobiliserende effekt på næste fire procentpoint, hvilket samtidigt er statistisk signifikant. Det er dog værd at bemærke, at de fleste af de stemmeberettigede ligger i den brede midtergruppe, som ikke påvirkes af plakaten.

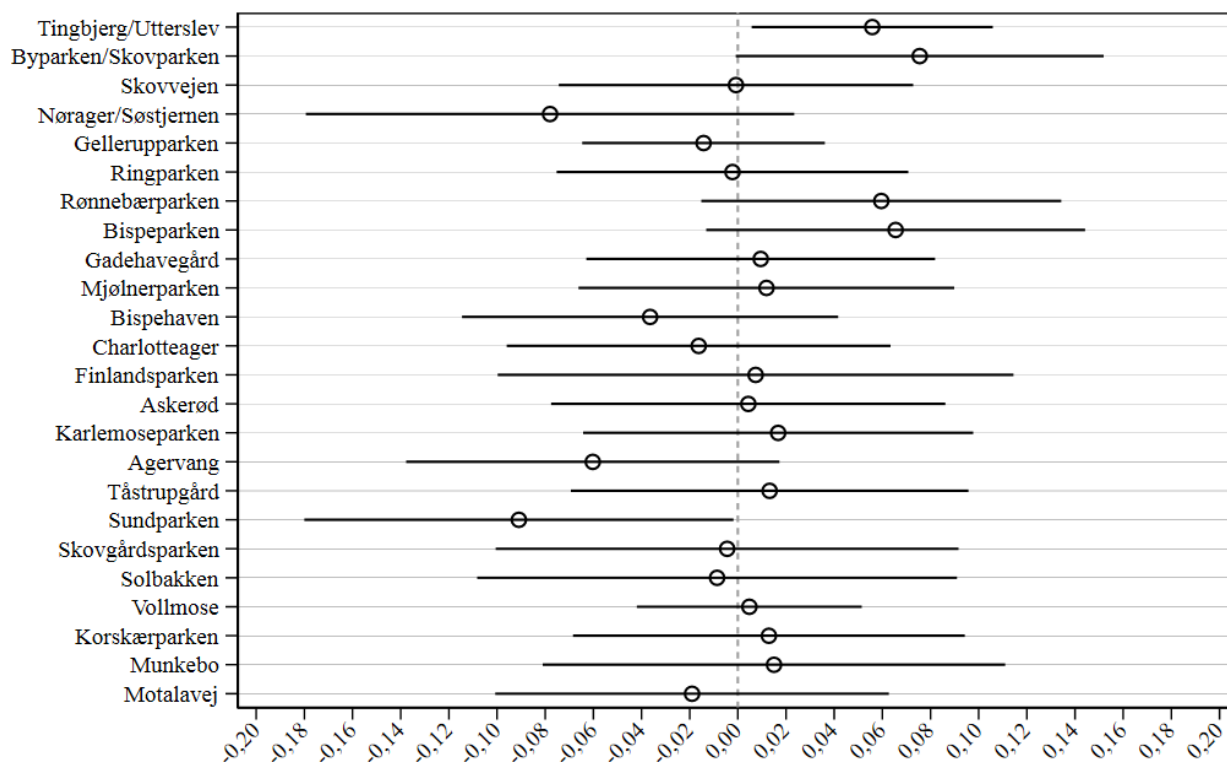
Figur 4.2: Effekten på valgdeltagelse af plakater i opgang over tilbøjeligheden til at stemme



Note: Effekten (CACE) i hundrededel af procent dvs. 0,2=2 procentpoint. Ved en propensitetsscore på 0 er den estimerede sandsynlighed 0 for, om man ville stemme, mens dem med en score på 1 har en sandsynlighed på 1 for at ville stemme. Propensitetsscoren er beregnet pba. en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse ved KV17 som den afhængige variabel. Følgende uafhængige variable med en indikator for både mor og far indgår: bor med, stemte KV09, stemte KV13, stemte EP14, stemte FV15, uddannelse, alder i dage, alder i dage², alder i dage³, etnicitet, indkomst, evt. overførelsesindkomst og følgende for den unge: køn, alder i dage, alder i dage², igangværende uddannelse, afsluttet uddannelse, evt. overførelsesindkomst samt kommunale fixed effects. Kontrolgruppen er anvendt population for beregningen af propensitetsscoren, n=12.081, R²=5,6%. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. Den nederste del af figuren er et fordelingsplot, der angiver, hvordan målgruppen faktisk fordeler sig på propensitetsscoren. Hver streg udgør en procent af gruppen.

I figur 4.3 præsenteres effektestimaterne for hvert af de 24 boligområder. Overordnet set er der ingen effekt i de fleste områder, men Tingbjerg/Utterslev skiller sig ud med en effekt på ca. 5,6 procentpoint, hvilket er statistisk signifikant. Tilsvarende skiller Sundparken sig ud med en negativ effekt på 9,1 procentpoint, hvilket også er statistisk signifikant. Der synes ikke at være noget i implementeringen af eksperimentet de to steder, som kan give en forklaring på forskellene og med 24 områder kan de også sagtne være en statistisk outlier, som der skal tolkes forsigtigt på.

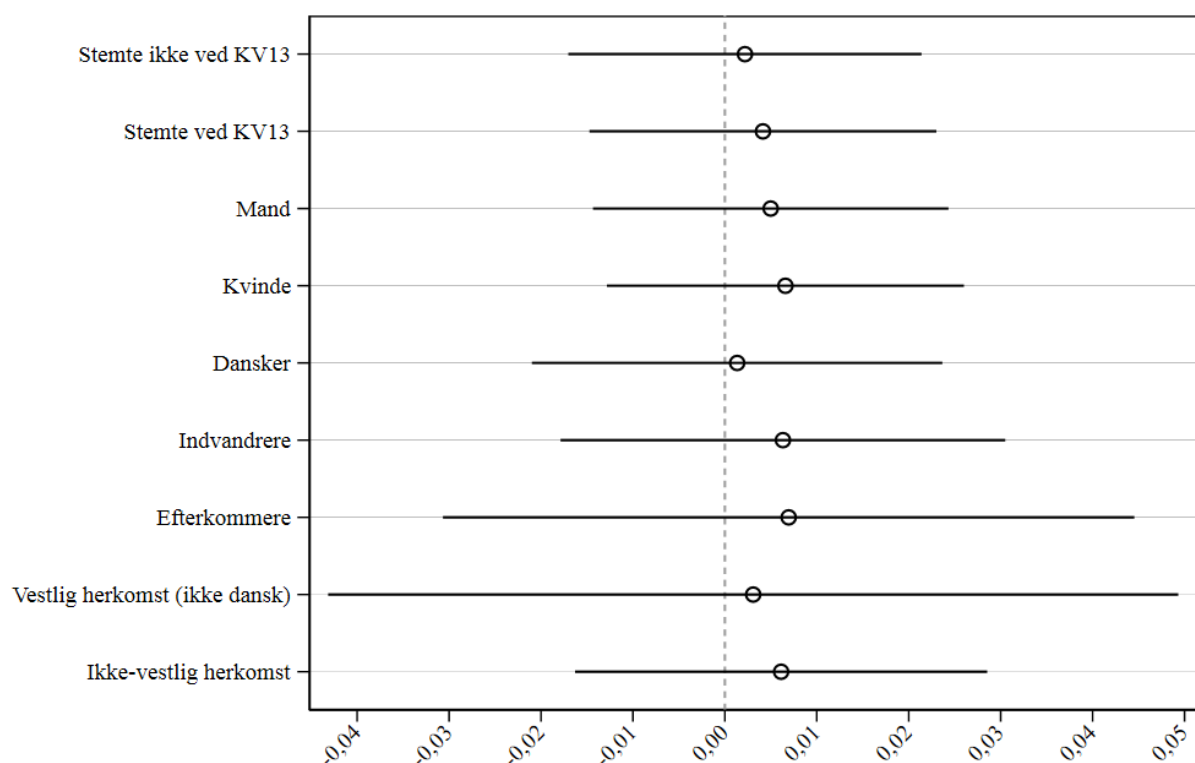
Figur 4.3: Effekten fordelt på boligområder



Note: Gennemsnitlige marginale effekter baseret på en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og etnisk herkomst og stimuligrupper samt interaktion mellem disse som uafhængige variable. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. CACE, 0,01=1 procentpoints effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Stregerne angiver 95% konfidensinterval.

Det er også muligt at analysere effekten på udvalgte undergrupper. Som det fremgår af figur 4.4, er der ingen signifikante effekter for de udvalgte undergrupper, der analyseres i figuren.

Figur 4.4: Effekten fordelt på udvalgte grupper



Note: Gennemsnitlige marginale effekter baseret på en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og etnisk herkomst og stimuligrupper samt interaktion mellem disse som uafhængige variable. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. CACE, 0,01=1 procentpoints effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Stregerne angiver 95% konfidensinterval.

Det er lykkedes at gennemføre et stort opgangseksperiment i Danmark, hvor man har hængt en plakat op med en opfordring til at benytte sin stemmeret. Der var en statistisk insignifikant effekt på 0,6 procentpoint blandt indvandrere og efterkommere, mens der var en statistisk signifikant effekt på fire procentpoint for den del af gruppen, som med stor sandsynlighed i udgangspunktet ville være blevet hjemme frem for at stemme. Plakateksperiment har altså virket på den gruppe, som i udgangspunktet var mest tilbøjelig til ikke at stemme. Plakateksperiment var langt fra så effektivt som det oprindelige eksperiment fra Bolbro i Odense ved kommunalvalget i 2013. En af forklaringerne kan være, at der var gjort mere ud af indsatsen i Odense i 2013 med en personlig besked på plakaten, som skulle eksemplificere en besked fra ens nabo, og med fodspor-klistermærker mod valgstedet. De samlede erfaringer er altså, at plakater i opgangene kan mobilisere blandt de borgere, der er mest tilbøjelige til at blive hjemme, men også at indsatsen nok skal være stærkere for at kunne nå en større gruppe.

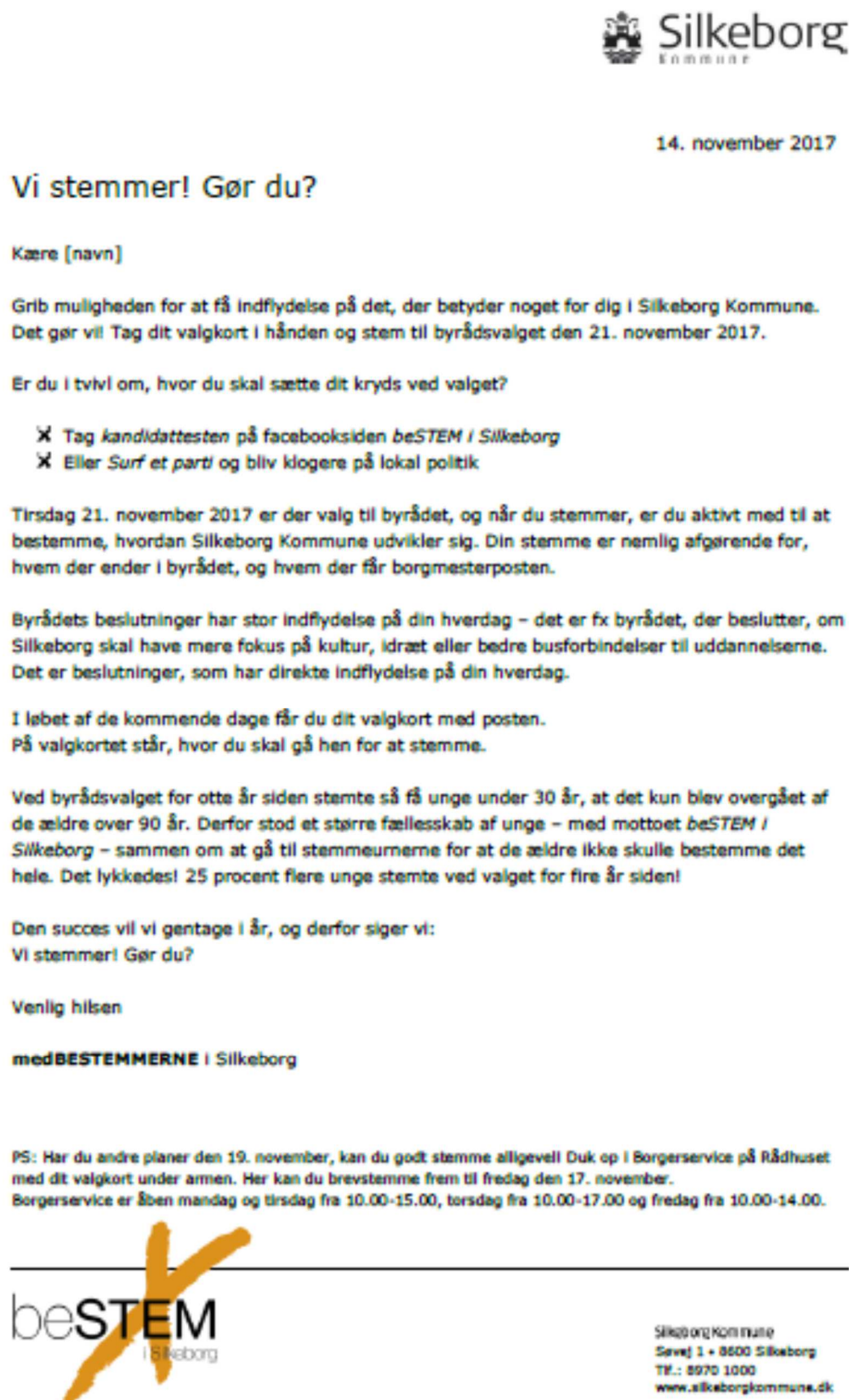
Kapitel 5 - Postkort eller digitalpost i Silkeborg Kommune

Silkeborg Kommune har ved de seneste kommunalvalg haft et særligt fokus på at øge valgdeltagelsen blandt de unge vælgere. Således gennemførte Silkeborg i forbindelse med kommunalvalget i 2013 et randomiseret kontrolleret forsøg, som viste, at det var muligt via fysiske breve eller postkort at øge valgdeltagelsen med næsten 3 procentpoint i blandt de unge vælgere (Bhatti et al. 2014a:30). Ved kommunalvalget i 2017 flyttede Silkeborg det fysiske brev fra 2013 i en opdateret version til et brev udsendt via digital post, mens postkortet blev sendt som et personligt adresseret postkort med almindelig post. Netop brugen af digital post er særlig interessant, da det er betydelige mindre ressourcekrævende end det almindelige brev. Desuden er eksperimentet også aktualiseret af tanker om at overgå til digital post ved udsendelsen af valgkort.

Figur 5.1: Postkort-stimuli i Silkeborgs Kommunes mobiliseringseksperiment



Figur 5.2: Digital post-stimuli i Silkeborgs Kommunes mobiliseringeksperiment



Der var i alt 10.481 stemmeberettigede i alderen 18-29-årige med i Silkeborg Kommunes mobiliseringseksperiment, som kunne kobles til sociodemografiske variable hos Danmarks Statistik og information om deres faktiske valgdeltagelse. Silkeborg Kommune inddelte dem tilfældigt i tre lige store grupper. En kontrolgruppe, som ikke modtog en mobiliseringsopfordring til at stemme, en gruppe, som fik tilsendt et personligt postkort og en gruppe, som blev tilsendt et personligt brev via digitalpost.

Breve og postkort blev sendt en uge før valget, dvs. tirsdag den 14. november 2017. Postkortene blev afsendt som Erhvervsbreve C, så de blev omdelt inden weekenden. På postkortet er et billede af elever fra Silkeborg Gymnasium og kontorelever fra Silkeborg Kommune.

Tabel 5.1 viser effekten blandt de unge i eksperimentet. Som det fremgår, er der ingen statistisk signifikante effekter. Valgdeltagelsen er altså den samme i kontrolgruppen, som i de to grupper, som fik tilsendt postkortet eller det digitale brev.

Tabel 5.1: Effekten af postkort og digitalt brev

	Valgdeltagelse	Effekt	N
Kontrolgruppe	60,9		3.607
Postkort	61,0	0,1	3.465
Brev via digitalpost	61,2	0,3	3.409
Total	61,0		10.481

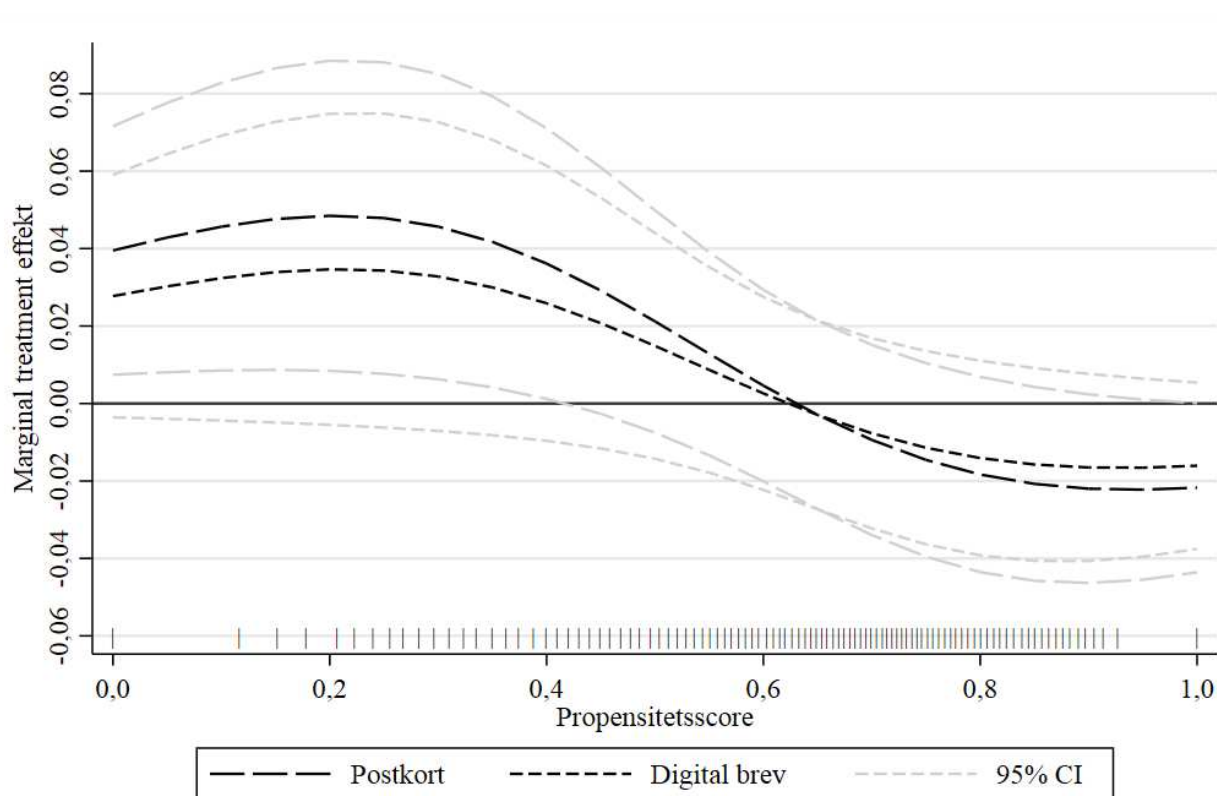
Note: Om forskellen er statistisk signifikant forskellig fra kontrolgruppens valgdeltagelse er testet ved logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og stimuligrupperne som uafhængige dummy-variable med kontrolgruppen som referencekategori. Randomiseringstest viser, at randomiseringen mellem grupperne har fungeret efter hensigten. Det er således ingen signifikant sammenhæng mellem baggrundsvariable (køn, alder i dage, uddannelse, og personindkomst) og hvilken gruppe man er tildelt. Returpost er ikke omgjort og kontrolgruppen har intet modtaget, så der beregnes udelukkende en ITT.

Effekten på 0,2 procentpoint for den kombinerede gruppe af postkort og det digitale brev er heller ikke statistisk signifikant forskellig fra kontrolgruppen ($p < 0,8$, tosidet).

For at undersøge, om der skulle være forskelle på i hvilken grad forskellige grupper er blevet mobiliseret af postkortet og det digitale brev, analyserer vi i figur 5.3 effekten af postkortet og det digitale brev i forhold til tilbøjeligheden til, om den stemmeberettigede i udgangspunktet ville stemme. Dette udgangspunkt er baseret på en regressionsanalyse, som tildeler hver person i eksperimentet en propensitetsscore, der sammenfatter sandsynligheden for at denne person stemmer. Scoren er mellem 0 og 1.

Ikke overraskende er der ingen effekt for de unge, som i udgangspunktet havde stor sandsynlighed for at ville stemme. Derimod er effekten helt op til 4,8 procentpoint for postkortet og 3,5 procentpoint for det digitale brev i gruppen med lav stemmetilbøjelighed. Så selvom mobiliseringen ikke har haft en overordnet effekt på hele gruppen af unge, har den haft en positiv effekt på den gruppe, som i udgangspunktet ikke ville have stemt. Denne gruppe udgør dog kun ca. 5 procent af den samlede gruppe mellem 18 og 29 år.

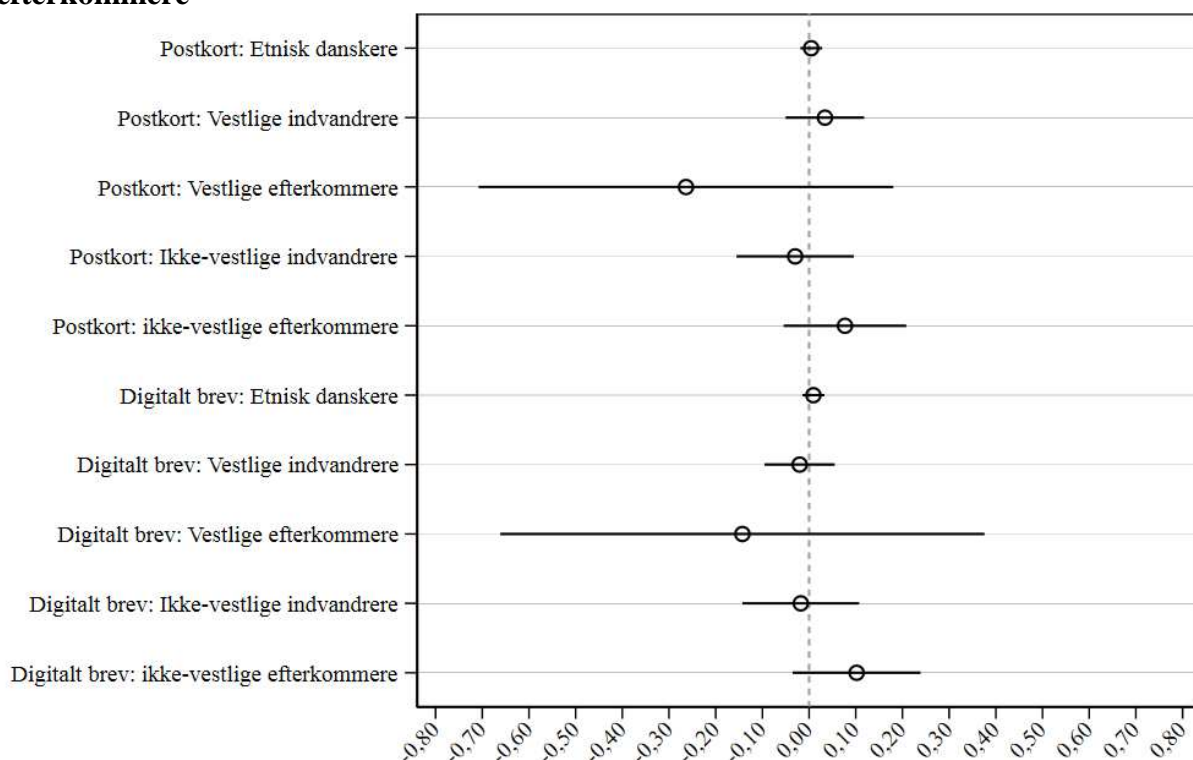
Figur 5.3: Effekten på valgdeltagelse af postkort og digitalt brev over tilbøjeligheden for at ville stemme



Note: Effekten (CACE) i hundrededel af procent dvs. 0,2=2 procentpoint. Ved en propensityscore på 0 er den estimerede sandsynlighed 0 for, om man ville stemme, mens dem med en score på 1 har en sandsynlighed på 1 for at ville stemme. Propensityscoren er beregnet pba. en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse ved KV17 som den afhængige variabel. Følgende uafhængige variable med en indikator for både mor og far indgår: bor med, stemte KV09, stemte KV13, stemte EP14, stemte FV15, uddannelse, alder i dage, alder i dage², alder i dage³, etnicitet, indkomst, evt. overførelsesindkomst og følgende for den unge: køn, alder i dage, alder i dage², igangværende uddannelse, afsluttet uddannelse, evt. overførelsesindkomst samt kommunale fixed effects. Kontrolgruppen er anvendt population for beregningen af propensityscoren, n=3.594, R²=13,8%. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. Den nederste del af figuren er et fordelingsplot, der angiver, hvordan målgruppen faktisk fordeler sig på propensityscoren. Hver streg udgør en procent af gruppen.

Det kunne også tænkes, at specifikke grupper er blevet mobiliseret i større grad end andre af stemmeopfordringen. En af de grupper, som har særlig interesse, er indvandrere og efterkommere, da de i udgangspunktet har lav valgdeltagelse. Figur 5.4 viser effekten opdelt på en række grupper. Som det fremgår, er der ingen statistisk signifikante forskelle mellem grupperne.

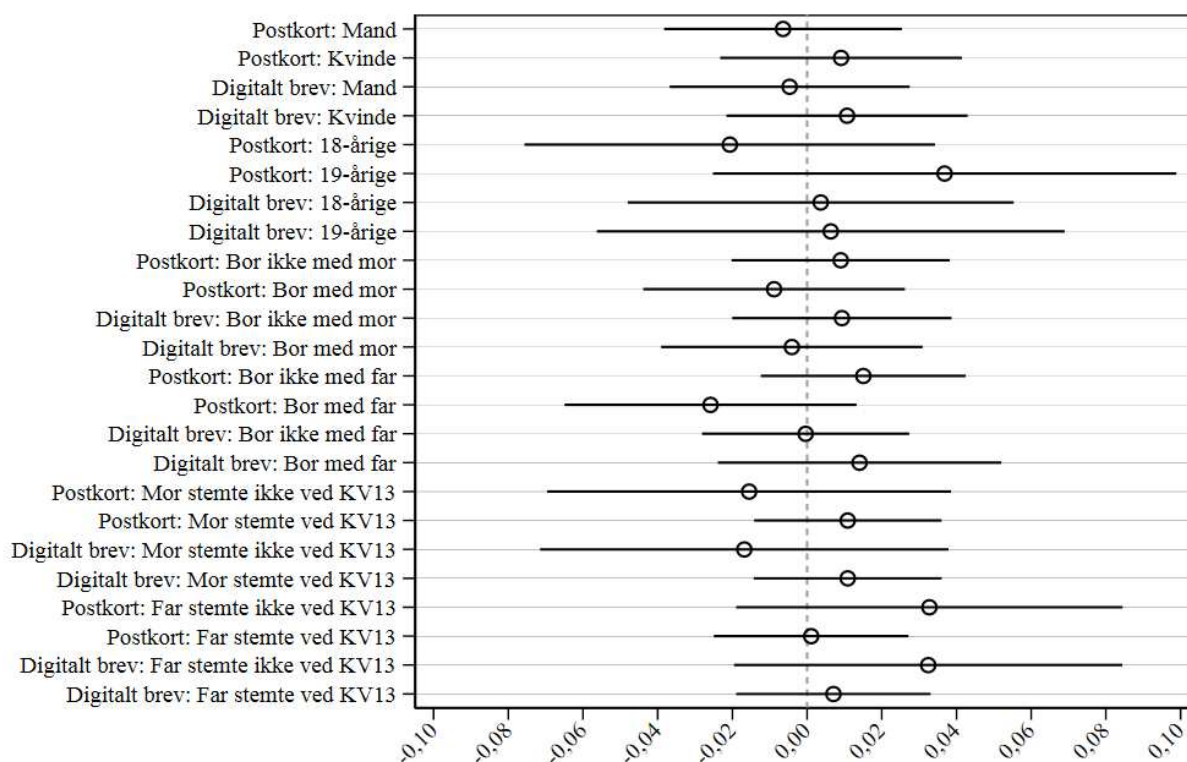
Figur 5.4: Effekten på valgdeltagelse af postkort og digitalt brev over indvandrere og efterkommere



Note: Gennemsnitlige marginale effekter baseret på en logistisk regressionsanalyse med valgdeltagelse som afhængig variabel og etnisk herkomst og stimuligrupper samt interaktion mellem disse som uafhængige variable. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. CACE, 0,01=1 procentpoints effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Stregerne angiver 95% konfidensinterval.

Figur 5.5 ser nærmere på udvalgte baggrundstræk for deltagerne i eksperimentet, og igen er der ingen nævneværdige forskelle mellem grupperne, idet alle effekternes konfidensintervaller overlapper 0 og dermed er insignifikante.

Figur 5.5: Effekten på valgdeltagelse af postkort og digital brev over udvalgte baggrundsfaktorer



Note: Gennemsnitlige marginale effekter baseret på en logistisk regressionsanalyse. Afhængig variabel er valgdeltagelse, med de specifikke undergrupper og stimuligrupper samt interaktion imellem dem som uafhængig variabel. Effektberegningerne benytter robuste standardfejl. 0,01=1 procentpoint effekt af beskeden ift. kontrolgruppen. Stregerne angiver 95% konfidensinterval.

Samlet set er der to forhold, som er centrale at trække ud af eksperimentet. For det første har hverken postkortet eller det digitale brev påvirket valgdeltagelsen overordnet set. Det er modsat af, hvad vi så ved kommunalvalget i 2013, hvor der var effekter af brev såvel som postkort. En af forklaringerne er en generel stigning i de unges valgdeltagelse – ikke kun i Silkeborg, men i hele landet. Det betyder, at eventuelle effekter af de to konkrete mobiliseringstiltag skal være oven på en generel stigning i de unges valgdeltagelse. Samtidigt har det anvendte postkort godt nok et stærkt identifikationselement for de unge ved at vise, at andre specifikke unge stemmer, men mangler en kendt afsender, som er stærkt forankret i mange af de unges liv. Sådan en person blev benyttet ved postkortene, der blev sendt ud i forbindelse med kommunalvalget i 2013. Der er dog effekter på op til 4,8 procentpoint i gruppen, der i udgangspunktet er mindst tilbøjelige til at ville stemme. Denne gruppe udgør dog kun 5 procent af gruppen mellem 18 og 29 år, som er med i eksperimentet. Ud fra et ressourceperspektiv kunne man fremadrettet vælge at fokusere mobiliseringen på denne gruppe, hvor effekten er til stede.

Denne gruppe er kendetegnet ved flere karakteristika f.eks. relativt mange efterkommere fra ikke-vestlige lande, forældre med kort uddannelse, om de unge bor alene og ikke sammen med deres forældre og ikke er i gang med en gymnasial uddannelse. Ved at fokusere på en eller flere af disse grupper kunne man ”undgå” at forsøge at mobilisere vælgere, som i udgangspunkt alligevel ville stemme.

For det andet er det interessant, at det digitale brev ikke adskiller sig fra det almindelige postkort. Det kan give yderligere interesse i at lave eksperimenter med digitale valgbrev via digital post som erstatning for de almindelige fysiske valgbrev.

Kapitel 6 - Konklusion

Demokrati skal udvikles og vedligeholdes. Det er netop det, de fem felteksperimenter for at øge valgdeltagelse har gjort ved at skabe præcis evidens for effekten af forskellige mobiliseringstiltag på valgdeltagelsen. Hver især har eksperimenterne øget vores forståelse for, hvad der skal til for at få forskellige befolkningsgrupper til at stemme. I alle fem felteksperimenter er der anvendt randomiserede kontrollerede forsøg med faktisk valgdeltagelse. Evidensen bygger altså på den stærkeste type af undersøgelsesdesign for at påvise reelle effekter af mobiliseringstiltagene på faktisk adfærd.

I samarbejde med Folketinget blev grundloven udsendt til 18- og 19-årige stemmeberettigede. I alt indgik 114.536 unge i felteksperimentet. Det var to typer af vælgermobilisering:

- 1) Grundloven med mavebånd med mobiliseringsopfordring fra Folketingets formand.
- 2) Samme opfordring som den første gruppe, men tilføjet en humoristisk tegneserie med opfordring til at stemme.

Effekten af blot at modtage grundloven (tiltag 1) var 0,1 procentpoint og statistisk insignifikant. Effekten var 0,7 procentpoint af at modtage grundloven plus en tegneserie (tiltag 2) og statistisk signifikant. Deler man effekten af at modtage grundloven og en tegneserie op, fremgår det, at de 18-åriges valgdeltagelse blev øget med 1 procentpoint, imens effekten var 0,5 procentpoint for de 19-årige. Ved et lignende eksperiment ved kommunalvalget i 2013 var effekten 1,6 procentpoint for den lidt yngre aldersgruppe af at modtage grundloven og en tegneserie. Effekterne ligger altså nogenlunde på samme niveau som tidligere, taget aldersforskellene i målgruppen i betragtning.

De vestlige efterkommere er tilsyneladende blevet demobiliseret af at modtage grundloven og tegneserien. I det lys synes det fremadrettet væsentligt at sikre information om, at mobiliseringsopfordringen er sendt til alle og ikke målrettet specifikke befolkningsgrupper for at undgå, at enkelte befolkningsgrupper opfatter det som stigmatiserende at modtage opfordringen til at stemme. Samtidig illustrerer dette resultat netop vigtigheden af solide tests af de indsatser, der føres ud i livet, da det gør det muligt at opdage utilsigtede konsekvenser og på den baggrund justere fremtidige indsatser.

I de to SMS-eksperimenter blev der udsendt næsten 300.000 SMS-beskeder med forskellige opfordringer til at stemme. I Rådet for Etniske Minoriteters SMS-mobiliseringskampagne

havde den generelle demokrati-SMS en effekt på 1,1 procentpoint, mens den sociale SMS havde en effekt på 0,9 procentpoint. Det var især indvandrere, som blev mobiliseret, da effekten for denne gruppe var på 1,4 for demokratibeskeden og 1,1 procentpoint for den sociale besked.

Modtagerne med moderat tilbøjelighed til at stemme oplevede den største effekt af demokrati-SMS'en, mens gruppen med lavest tilbøjelighed til at stemme oplevede størst effekt af den sociale SMS. Det kan indikere, at borgere med relativ lav politisk interesse i højere grad lader sig påvirke af de sociale argumenter for at stemme end grupper med i forvejen høj valgdeltagelse, som også har relativt høj politisk interesse.

I forsøget med ni kommuners SMS-mobilisering steg valgdeltagelse med 0,5 procentpoint af beskeden uden fornavn, mens der ingen effekt var af beskeden med fornavn. Her er populationen personer på 41 år og derover og etniske danske. I gruppen med den laveste tilbøjelighed til at stemme var der helt op til 12 procentpoints effekt, men gruppen udgør blot 2 procent af den samlede population. Samlet set peger SMS-erfaringerne på, at der er muligt at mobilisere alle aldersgrupper, og at der synes at være små forskelle afhængigt af beskedens indhold. Til gruppen over 41 år kan man umiddelbart vælge at undlade fornavnet. Desuden ser det ud til, at budskaber møntet på demokrati virker marginalt bedre generelt i denne gruppe, mens en besked med en social toning virker marginalt bedre i de borgergrupper, der er mindst tilbøjelig til at stemme i udgangspunktet.

Plakaterne i opgangene i udsatte boligområder med en opfordring om at stemme havde en samlet effekt på 0,6 procentpoint og var statistisk insignifikante. Effekten var dog ca. 4 procentpoint og statistisk signifikant for beboerne med den mindste tilbøjelighed til at stemme i udgangspunktet. Det er altså lykkedes at mobilisere en befolkningsgruppe som i udgangspunktet sandsynligvis ikke ville have stemt. Forskelle fra boligområde til boligområde er også interessante. I Tingbjerg/Utterslev i det københavnske nordvestkvarter var mobiliseringseffekten 5,6 procentpoint, mens Sundparken på Amager havde en negativ mobiliseringseffekt på 9,1 procentpoint. Det peger i retning af, at det er centralt at monitorere og arbejde tæt sammen med de enkelte boligområder for opnå den tilsigtede effekt af sine indsatser.

Silkeborg Kommune testede mobiliseringstiltag via digital post. Samtidig testede de et mobiliseringspostkort. Målgruppen var stemmeberettigede fra 18 til og med 29 år. Der var en effekt af postkortet på 0,1 procentpoint, mens brevet leveret via digital post havde en effekt på 0,3 procentpoint. Begge estimer var statistisk insignifikante. Analysen viste endvidere, at der var størst

effekt af begge typer af stemmeopfordringer for de modtagere, der i udgangspunktet var mindst tilbøjelige til at stemme.

På et generelt plan har de fem felteksperimenter lært os flere ting. For det første har vi dokumenteret, at det også er muligt mobilisere vælgere med specifikke stemmeopfordringer i valg med generel faldende valgdeltagelse. For det andet har vi vist, at effekterne er nogenlunde på samme niveau som ved opgangsvalget i 2013 og andre sammenlignelige undersøgelser. For det tredje viser undersøgelsen, at en SMS-besked, som betoner vigtigheden for demokratiet af at stemme har samme effekt som en SMS, som fremhæver de social aspekter ved at stemme. Dog er der interessante forskelle på effekten af disse SMS-beskeder, når man deler op på forskellige målgrupper. For det fjerde er det vigtigt at understrege, at effekterne af mobiliseringstiltag – og af kommunikationskampagner og indsatser generelt - ikke er statiske, men hele tiden må testes og udvikles for løbende at bidrage til evidens og optimering af de forskellige indsatser. Kun ved kontinuerligt at gennemføre solide tests af de initiativer, der sættes i verden, bliver det muligt at dokumentere og tilpasse arbejdet og dermed sikre det bedst mulige grundlag for fremtidigt arbejde på området.

Bilag - Pre-registering af eksperimenterne

Pre-analysis plan for (EGAP nr. 20171109AB)

Four GOTV-experiments at the Danish Local Elections 2017

This document outline four Get Out The Vote (GOTV) field experiments conducted in relation to the Danish Local Elections taken place on November 21, 2017. First, we explain the common features of the four experiments, which include the background, context and data. Second, we present the experimental protocol for each of the four experiments.

We note that although the four experiments are described in the same preanalysis plan, we expect to publish the results of them in separate articles. We present them in the same plan because they share context and data, which thereby saves the time of the reader by not having to read through data/context in four separate documents.

Background for the experiments

The local elections in Denmark take place on a fixed date, which is every four years on the third Tuesday in November. The experiments will be conducted in relation to the upcoming Local Elections taking place on November 21, 2017.⁵

All Danish citizens who are 18 years or older, not under guardianship and have a registered address in the municipality can vote in the local election. EU-citizens and citizens from other Norway and Iceland can vote if they have registered their address in Denmark and have stayed in the country in the previous three weeks without interruption. Furthermore, non-EU citizens can vote if they have had permanent residency for at least three consecutive years prior to the election. The elections make

⁵ Local elections cover Municipality Elections and Regional Elections, which take place the same day. Must attention is drawn to the municipalities as they play the largest role in providing health care in Denmark. When turning out to vote, voters receive a ballot for both elections. Thus, if a voter decides to vote, she will be marked with 'voted' in the voter files in both elections and if she abstains, she will be marked with 'abstained' in both elections. For practical reasons, we call it local elections throughout the document.

the basis of the post-election coalition building in the local councils and the negotiations about the policy goals of the election term in each of the 98 municipalities in Denmark.

In Denmark, local government have an important role, as the municipalities are widely autonomous from the state government and control most of the public services such as kindergartens, public employment agencies and maintenance of the infrastructure. The local governments spent approximately 29 percent of the GDP and the average tax rate is 25 percent, which speaks to the importance of the elections.

Turnout for Danish Local Elections has fluctuated around 70 percent since the 1970's. Turnout dropped substantially in 2009, which brought an increased attention on voter mobilization for the elections in 2013, resulting in a turnout increase on 6.1 percentage points to 71.9 percent turnout in 2013.

A number of the GOTV-campaigns at the last Danish election were set up as randomized controlled field experiments by the authors and other colleagues (Bhatti et al. 2014a; b; 2015a; b; 2016a; 2017b; c; d; e;). The four GOTV-experiments for the Danish municipality elections on November 21, 2017, is based on the previous experiences with similar experiments at the past municipality election in 2013 as described above and similar results from the latest European Parliament election in 2015 and the latest general election in 2015.

Specifically, based on earlier experiences and due to what is possible in terms of partner wishes, we will conduct the four following experiments:

- 1: Delivering the Danish Constitution and a GOTV-appeal to first-time voters
- 2a: Text message GOTV- encouragements for citizens in 91 out of the 98 Danish municipalities with a special emphasis on increasing turnout for immigrants and descendants
- 2b: Text message GOTV-encouragements for citizens aged 18-40 in 9 municipalities
- 3: Posters with a GOTV-encouragement in stairwells in socially vulnerable housing areas

The four experiments will be explained in more detailed after describing the outcome measures and data.

Outcome measures and data

The dependent variable is validated turnout at the individual level. In Denmark, this information is normally not made collected and made available, but researchers under the lead of Kasper M. Hansen have been allowed to collect turnout information for research purposes since 2009, and this will be done again in 2017.

It is the municipalities that are responsible for holding elections and are in possession of the voter lists. Thus, they decide whether they will deliver the information in return for an analysis of the voters in their municipalities. As of November 8, 2017, 91 out of the 98 Danish municipalities have agreed deliver this data in 2017.

The voting lists are in practice filled when citizens show up to vote at the election, as they are registered either digitally at the polling stations or manually on voting lists at the polling stations not using the digital voter registration system. The municipalities using the manual voting lists pay themselves for the converting from manual to digital lists. The four non-participating municipalities are not a part of the analysis due to lack of resources to finance the self-payment for converting manual lists to digital lists.

The turnout variable is coded with values that show if the individual citizens of the municipality had voted, if they had suffrage or not. This is coded by the municipalities either automatically if they have digital voting lists or manually if they have manual lists. The coding is as follows: A box for all the individual voters is marked with a number. “1” means the person has voted, “0” means that the voter have suffrage but had not voted, “2” means that the voter postal voted, and the following values mean that the voter is not entitled to vote in the municipality anymore: “5” is moved to another municipality, “6” is moved to another polling station, “7” is moved abroad, “8” is death, “9” is other reasons.

Three weeks ahead of the election, we will receive a list containing the target groups for the various experiments from the Central Personal Register (CPR). The list is made up of citizens who will be eligible to vote in the upcoming election. Based on this list, we will make the sampling for into control and treatment groups for experiment 1, 2a and 2b. The randomization for experiment 3 is based on addresses, not on a personal ID, and will, therefore, be based on another list, which we describe when introducing this experiment.

The turnout data and information about assignment status in the experiments will be merged with detailed individual-level data at a secured server at Statistics Denmark. Among the variables are income, ethnicity, age, gender, attachment to the labour market, education, citizenship and much more. Furthermore, it is possible to identify family and household members and track changes over time. Data from Statistics Denmark have in general a high level of reliability and is validated because of their frequent checks and as they have the data on all Danish citizens. By merging with Statistics Denmark we are able to control for covariates and make heterogeneity analysis and spillover analysis.

Experiment 1: Mailing the Constitution with a GOTV-encouragement

It is well documented that the Danish youth votes at lower rates than the older generations in local elections (Bhatti et al. 2014d). With this evidence in mind, we will try to detect if it is possible to affect the newly enfranchised voter's probability to vote through mailing the Danish Constitution along with an encouragement to vote (treatment 1) plus a cartoon (treatment 2) about why it is important to vote. The experiment is a follow-up to an earlier experiment (Bhatti et al. 2015a), and the treatment has been adjusted to try to increase the effect of the mobilization intervention. The experiment is funded by the Danish Parliament and they have also designed the treatments. We are solely responsible for implementing the experiment and have complete freedom from the funding agency in terms of analysis, presentation and publication of the results.

For background, the Danish Parliament has sent out the constitution to the 18-year-olds since 2005 with the motive to encourage voter participation and inform the newly enfranchised citizens about their democratic rights, but until the last local election in 2013, the initiative has not been evaluated. Using a randomized wait-list experiment where the control group is treated after the election, the experiment showed an average effect on 1.1 percentage points in 2013. The sample consisted of voters between 18 and 18.5 years old ($N=27,144$). The experiment tested two types of intervention: Treatment 1 (effect estimate on 0.6 percentage points). consisted of the Constitution and a formal encouragement to vote signed by the speaker of the Parliament. Treatment 2 consisted of the Constitution and a humoristic cartoon decision-tree about voting (effect estimate on 1.6 percentage points). While the analysis indicates that the effect is largest for treatment 2, the difference in effect was not statistically significant. We refer to Bhatti et al. (2015a) for more details.

Based on the results from 2013, the Danish Parliament has made some adjustments to their practice. The Parliament has decided that the Constitution is to be delivered shortly before an election based on an expectation that this will have the largest impact on the receivers. As a consequence, there have not been delivered any Constitutions from the Parliament to newly-turned 18-year-olds since the latest election in Denmark, which was an EU-referendum on December 3, 2015. We, therefore, have a sample of approximately 118,000 persons aged 18-20 years old available for the experiment.

Treatment and research design

With regards to the content, the Parliament has stuck with the cartoon decision-tree, although with some small updates. A short voting encouragement signed by the Speaker of the Parliament has replaced treatment 1 from 2013. The new treatment one is delivered as a belly band around the Constitution. While the organizers, in line with the 2013-study, expects that the cartoon will deliver largest effects, they still like to test this treatment for two complementary reasons: First, the difference in effect was not statistically significant last time and the target group is a bit older on average in this experiment, so it could be that it will prove as effective this time. Second, it is economically cheaper to produce treatment 1 (belly band) than treatment 2 (belly band + cartoon). Thus, if they prove to be equally effective, they can cut costs in future elections.

Our experiment will operate with two different treatments for the newly enfranchised. We will randomly divide them into the following three groups:

1. Treatment group 1 receives the constitution and a GOTV-encouragement on a belly band (N=29,500. Expected number, but might go up/down conditional on the final sample size).
2. Treatment group 2 receives the constitution, a GOTV-encouragement on a belly band and a cartoon decision-tree about voting (N=55,500)
3. A control group who receives the treatment after the constitution (N=33,000).

The experiment is designed as a randomized wait-list experiment, where everyone eventually receives the treatment (Gerber & Green 2012: 276-281). This design ensures that the Parliament keep their legal obligation to deliver the Constitution to everyone turning 18 while allowing for causal inference about the effect of the deliverance by delaying the deliverance for the control group.

Sampling

As earlier described, we will receive a complete list of the target population three weeks before the election. We will randomly sample into the three groups. One potential threat to the causal inference is interference between subjects living in the same household. For instance, a twins or siblings in the target group living together are likely to be exposed to each other's treatment. Fortunately, we have information about whom people live together with available before the election. We will, therefore, cluster the randomization at the household level. Practically, this means that everyone in a household who are a part of the target group will receive the same treatment (or be placed in the control group).

The Parliament has requested that the control group is as small as possible, but have also stressed that they prioritize that valid causal inference can be made. Based on power calculations, we have decided that 33,000 should be sufficient to detect treatment effects if they exist. They have also requested that treatment group 2 is larger than the group 1. For practical considerations, it has been necessary to decide on some of the numbers before having the exact sample size. Thus, it has been decided that 55,000 will receive treatment 2 and 33,000 will be in the control group. The remaining individuals are placed in treatment group 1. All decisions have been based on power calculations.

Implementation

We will conduct the randomization based on a list of all eligible voters in the target group. We deliver information about treatment assignment for each individual to *Bording*, which is the company responsible for printing, packing and distributing the mailings on behalf of the Danish Parliament. The treatments will be delivered between five and two days before Election Day.

We will include ourselves and some friends and family members in the various treatment groups to check whether the distribution follows the lists delivered by us. If the company is not able to deliver a mailing – e.g., due to a wrong address – the mailing will be returned to the Parliament, who will pass it on to us. It is expected that less than one percent of the mailings will fail to be delivered, but it does enable us to identify persons in the treatment and control group who are non-contactable, which we can use in the analysis.

Analysis

The main analysis will be conducted using linear regression analysis without controls. To minimize standard errors, we will also do an analysis in which we control for a number of pretreatment variables (e.g., gender, age, ethnic background, housing situation, education), but we do not expect this to make a large difference due to the large sample size. We also have information about the treatment assignment in the three other experiments described in this document, which we can control for (see also the final section of the document). We apply one-sided hypothesis testing with a 95 percent significance level throughout the analysis since we have no reason to suspect that the treatment will have negative effects on turnout.

We intend to explore some interaction effects. First, we will calculate a propensity to vote and interact it with the treatment effect. The approach will be similar to what we did in earlier studies (Bhatti et al. 2017c; 2015a) and allows us to investigate whether the intervention increases or decreases inequalities in participation. Second, we analyze whether the effect estimate differs conditional on whether the citizen has Danish origins or is an immigrant or descendant.⁶ Immigrants and descendants have substantially lower turnout than their counterparts with Danish origin. This worries policy-makers, who hope that delivering the constitution will be helpful in increasing turnout for immigrants and descendants. Furthermore, the current Speaker of the Parliament is Pia Kjaersgaard from the Danish People's Party, one of the most well-known politicians in Denmark. She also signs the treatment. Although her party is not mentioned in the treatment, it might cause a negative/positive reaction in terms of immigrants and descendants' turnout due to her party's profile on immigration issues. Third, the treatment is likely to differ in effect if the treated lives with other voters with whom they can discuss the election with. Therefore, we will investigate how the effect differs conditional on whether the treated lives with other voters or not.

Expectations and power calculations

Based on the experiences described above, we expect a positive treatment effect of receiving any of the two treatments (pooled effect). With a control group size on 33,000 and a statistical power on 0.8,

⁶ We have a particular focus on immigrants and descendants with a Nonwestern background, which is a category defined by the Danish authorities. When we write "immigrants and descendants" throughout this document, we have a special attention devoted to the Nonwestern group.

we will be able to detect effect sizes on 0.77 and above. With an average effect size of 1.1 in the 2013-study, this should give us sufficient leverage to document an effect.

We hypothesize that each of the treatments individually will have a positive effect on turnout. First, the belly band treatment will have an expected treatment group size on 29,500, a control group size on 33,000. With statistical power on 0.8, we will be able to detect differences on 0.95 and above. This might be a bit optimistic since the effect estimate in 2013 was on 0.6. However, the treatment has been redesigned and the Parliament expects it to have a larger effect. Furthermore, they were not interested in making the other treatment group smaller, which would be necessary to increase the size of this group.

Second, the cartoon treatment will have 55,000 in the treatment group and 33,000 in the control group. This allows us to detect differences of 0.83 and above, which is well-below the findings in the 2013-experiment with an almost similar treatment that raised turnout by 1.6 pct. points.

The final main hypothesizes compares the two treatments. Here, we expect treatment 2 (cartoon) to have a larger effect than treatment 1 (only belly band). With the two expected group sizes explained above, turnout on 65 percent for the treatment group 1 and a statistical power of 0.8, we should be able to detect differences of 0.85 and above.

Experiment 2a and 2b: Text message experiments testing competing messages

The next two experiments test the effect of GOTV-text messages on turnout. Since the sampling and analysis will be conducted in a similar fashion, we describe them together here. The experiments build on earlier work on SMS-GOTV messages on turnout conducted in relation to the Danish Local Elections in 2013 and the European Parliament Elections in Denmark in 2014. The average ITT-effect across four earlier experiments was 0.74 percentage points ranging from 0.33 to 1.82 percentage points (Bhatti et al. 2014a; b; 2017b; d).

First, we present a brief outline of the two experiments along with the hypothesis for each of the experiments separately. Thereafter, we present the sampling, implementation and analysis plan for both of them together.

Experiment 2a: Nationwide GOTV-Text Messages testing two messages

Experiment 2a is designed to test the effect of receiving one of two text messages (SMS) on turnout for citizens eligible to vote. The experiment is financed by the Council of Ethnic Minorities (CEM), whose aim with this project is to increase electoral participation for immigrants and descendants in Denmark. In the upcoming election, one treatment group will get the text message that produced the largest treatment effect in earlier Danish experiments and a second group will receive a text message with a new text message. The experiment provides an example of cumulative improvement and testing from a public organization.

The new text message will focus more explicitly on the social element of voting than any of our earlier messages have tested. It draws on insights from turnout and mobilization literature regarding social norms as well as ideas about voter pledges.

Hypothesis and expectations for experiment 2a

The expected sample size is 240,000, of which 120,000 is either immigrants or descendants. The sample will be split into three equal-sized groups that are balanced on ethnic background (i.e., Danish vs. immigrants/descendants). We expect a positive effect on turnout for the pooled messages. With a control group size on 80,000, control group turnout on 60 percent and a statistical power on 0.8 we will be able to detect effect sizes on 0.53 percentage points and above. With a treatment group size of 80,000, we should be able to detect effect sizes on 0.61 percentage points and above for each of the two treatments. Both of these effect estimates are lower than the pooled effects of comparable studies. Finally, pitting the two treatments against each other, a difference in effect on 0.61 percentage points is detectable.

A central part of the analysis is to investigate whether the intervention works to increase turnout for immigrants and descendants with a special emphasis on citizens with Nonwestern background (cf. footnote 2). Thus, we will split the sample on this in the analysis. In 2013, a text message encouragement to vote increased turnout by 1 percentage point for immigrants over 30 years old and by 2.9 percentage points for descendants of immigrants over 30 years old (Bhatti et al. 2014c: 47), while the same text message had a null-effect on citizens with an ethnic Danish background.

Following this, we hypothesize that the intervention will have a larger effect on immigrants and descendants.

Splitting the sample, we can first look at the effect for the subsample of immigrants and descendants. With a control group size on 40,000, control group turnout on 40 percent and a statistical power on 0.8 we will be able to detect pooled effect sizes on 0.75 percentage points and above for immigrants and descendants. With a treatment group size of 40,000, we should be able to detect effect sizes on 0.86 percentage points and above for each of the two treatments. Finally, pitting the two treatments against each other with turnout on 41.2 percent for the lowest group, a difference in effect on 0.87 percentage points is detectable.

For the ethnic Danish group, we expect the turnout in the control group to be 75 percent. With a control group size on 40,000 and a statistical power on 0.8, we will be able to detect pooled effect sizes on 0.66 percentage points and above for this group. With a treatment group size of 40,000, we should be able to detect effect sizes on 0.87 percentage points and above for each of the two treatments. Finally, pitting the two treatments against each other with turnout on 75.7 percent for the lowest group, a difference in effect on 0.75 percentage points is detectable.

Experiment 2b: GOTV-Text Messages to 18-40-year-olds in 9 Municipalities

Experiment 2b is designed to test the effect of receiving a text message in nine Danish municipalities. The experiment is financed as a chip-in where each of the participating municipalities pays a part of the costs conditional on the population size of their municipality. The target group for the experiment is 18-40-year-olds living in the participating municipalities.

We will use the same message as treatment group 2 receives in experiment 2a, but with one subtle variation: Half of the receivers will get a personalized message starting with “dear [name]” and the other half will not get the message personalized.

To our knowledge, there exists no experimental evidence regarding the effect of including the name of a potential voter in a GOTV-appeal. We have reasons to believe that it should boost the effect to include the name of the receiver. For instance, we know that personal types of communication, on average, works better than nonpersonal types of communication (Green & Gerber 2015; Green et al.

2013). Furthermore, marketing practitioners will tell you that you should include a name if you can. While it might be plausible, experimental evidence in the GOTV-realm would still be appreciated by campaigns and scholars working on this issue. It often costs extra money to include the names and in some forms of communication – e.g., text messages – the space is very limited, so including a name means less space for writing your appeal. If the name does not make a difference, it will release resources and space in future campaigns to leave it out.

Hypothesis and expectations for experiment 2b

The expected sample size available for this experiment is 96,000, which will be split into three equally-sized groups. For the main analysis, we pool the two treatment groups. With a control group size on 32,000, expected turnout on 59.4 in the control group and a statistical power on 0.8 we should be able to detect effect sizes on 0.83 percentage points and above for the pooled analysis. With a treatment group size on 32,000, we will be able to detect effect sizes on 0.96 percentage points for the treatment groups separately. Finally, pitting the two treatments against each other to test the effect of including a name and with a turnout on 60.4 percent, it will take a difference in effect on 0.96 with a statistical power on 0.8.

The power calculations indicate that it might be a bit optimistic to expect to be able to identify such effects considering the pooled effect on 0.74 percentage points in earlier Danish studies. However, we note that this experiment has most in common with the DUF-experiment that showed an effect on 1.82 percentage points in the latest local election (Bhatti et al. 2017b). Thus, it is not unreasonable to expect effect sizes in this range.

Sampling

Based on the list of voters that we receive from the authorities (described above), we will deliver a list of all voters in the target group for the experiments to the company Epinion. The list includes:

- a. All immigrants and descendants eligible to vote. App. 314,000 (experiment 2a).
- b. All voters aged 18-40 years in the nine municipalities that were not drawn at stage a. App. 243,000 (experiment 2b).
- c. A random sample of ten percent of all voters that were not drawn at stage a and b. App. 340,000 (experiment 2a).

Before delivering the list, we will remove voters without sufficient information. For instance, some voters do not have an active address in the registers, e.g., because that live temporarily abroad, which makes it impossible for Epinion to locate their phone numbers. We will be able to remove app. 15,000 individuals out of 4,300,000 individuals by doing this.

Using publicly available sources (e.g., online phone books), Epinion enriches as many individuals on the list with a cell phone number as possible. We will only use phone numbers which Epinion rates as the ‘highly certain’ that they belong to the receiver.⁷ We expect to have app. 40 percent of the original list left after number enrichment and restricting to ‘highly certain’ matches. The randomization into treatment and control groups will be done after this. We expect to have 240,000 individuals left at this stage for experiment 2a and 96,000 for experiment 2b. Thereby, we secure that we only have individuals with an available cell phone number in the experimental groups.

Implementation

The text messages in both experiments will be delivered Thursday 16 at app. 11 AM, which is five days before the election. In 2013 and 2014, we varied the timing of delivering the text message and found that this was the most optimal timing (Bhatti et al. 2017b).

In previous text message experiments, between 10 and 15 percent of the messages have not been delivered, thereby making them non-compliers. This is for instance because the phone numbers are

⁷ Epinion categorizes the phone numbers with regard to how certain they are that it actually is the number of the receiver. The information used for this is e.g., whether it is the only number found for the person and whether the complete name, address and zip code matches.

not in use any longer. Clearly, it is not random whom we fall out of the study because of this. To advance our knowledge, we will in this election deliver a post-election message to the control group. Thereby, we will be able to identify those individuals in the control group who are non-compliers. Having this information will make it possible to obtain CACE-estimates by removing non-contactable individuals in both the treatment and control groups.

Analysis

The main analysis will be conducted using regression analysis without controls. We start out by analyzing whether receiving any text message will increase turnout (a pooled analysis). Next, we analyze the treatment effects of the two treatment groups. To minimize standard errors, we will also do an analysis in which we control for a number of pretreatment variables (e.g., gender, age, ethnic background, housing situation, education), but we do not expect this to make a large difference due to the large sample size. We also have information about the treatment assignment in the three other experiments described in this document, which we can control for (see also the final section of the document). We apply one-sided hypothesis testing with a 95 percent significance level throughout the analysis since we have no reason to suspect that the treatment will have negative effects on turnout.

We plan to investigate some interaction effects in addition to the main analysis. First, we will interact the treatment effect with immigrant/descendant vs. Danish ethnic background. The aim of the intervention in experiment 2a is to increase turnout for immigrants and descendants, but we have included ethnic Danes in the study to test whether the effect is larger or smaller for this group. For instance, it might be that being fluent in Danish makes the text message work stronger. On the other hand, receivers who speak non-perfect Danish might ask a friend about what it says and thereby start a talk about politics. We can only speculate about these various mechanisms, but nevertheless, it is important for CEM to test the effect for immigrants/descendants vs. ethnic Danes.

We also consider interacting with turnout history (inspired by e.g., Malhotra et al. 2011), which has not been done in earlier Danish experiments. Turnout data for the past elections are not complete, but we still expect that we will have the data for a large part of the samples in the two experiments (cf. Bhatti et al. 2017a). This type of information might be useful in learning us about the type individual

we are targeting. For instance, we might expect that the treatment effect will be different for individuals who are occasional voters (i.e., they enter and exits the electorate from election to election) compared with usual never-voters. Furthermore, we will know whether they were treated in past GOTV-experiments. This type of information might learn us something about the value of repeated personal messaging.

Finally, as done in experiment 1, we intend to interact with a propensity to vote score and we plan to investigate how the effect differs conditional on whether the treated lives with other voters or not.

Experiment 4: Posters in 25 public housing areas

Each year, the Danish Ministry of Transport, Building and Housing publishes a so-called Ghetto List. The list consists of public housing areas with at least 1,000 residents that meet at least 3 out of the 5 following criteria (for the criteria in Danish, see Transport- Bygnings- og Boligministeriet 2016):

1. The share of 18-64-year-olds without labour market inclusion exceeds 40 percent (by an average of the last 2 years).
2. The share of immigrants and descendants from non-western countries exceeds 50 percent.
3. The number of convicted for breach of the criminal law, the weapon law or the act of narcotics exceeds 2.7 percent of the residents who are 18 years or older (by an average of the last 2 years).
4. The share of residents in the age group 30-59 years who only have a basic general education (including not stated education) exceeds 50 percent of all residents in the same age group.
5. The average gross income for residents who are subject to taxation in the age 15-64 years old in the area excluding students is less than 55 percent of the average gross income for the same age group in the region.

The latest list was published on December 1, 2016, and consisted of 25 areas in 16 municipalities with a total of 59,930 inhabitants (mean=2,397; min=1,301; max=9,238) (Transport- Bygnings- og Boligministeriet 2016).

The characteristics described in the five points correlates strongly with non-voting in Danish elections (Bhatti et al. 2017a; Bhatti et al. 2014d). Furthermore, we know from previous GIS-analysis that voter turnout in such areas indeed is very low compared to the average national turnout of 70 percent. With

worries about democratic integration and inequalities in political participation in mind, the Council for Ethnic Minorities (CEM) have decided to test the effect of posters with a GOTV-encouragement in the stairways in the 25 areas. The experiment is funded by CEM and they have also designed the treatment. CEM is responsible for delivering the treatments based on the lists we provide. We are solely responsible for conducting the randomization and have complete freedom from the funding agency in terms of analysis, presentation and publication of the results.

The inspiration for the intervention is a pilot study from 2013, where an RCT-experiment tested a likewise intervention in a public housing area called Bolbro, in Odense, Denmark (Bhatti et al. 2014a). The study showed a null-effect on average. Highly relevant, the ITT-effect was 14.4 percentage points for immigrants and descendants. While this effect was statistically significant, the confidence intervals were largely due to the small sample size. Furthermore, it is questionable whether it will have similar effects in other elections and locations.

Working with CEM we will implement a field experiment in the 25 ghetto areas to get more solid evidence about the effects of posters in stairways on turnout. The intervention is both cheap and easy to scale, so if it has a substantial average effect or on specific population groups, it will be a promising policy implication for future intervention. We hypothesize that the posters will increase turnout for citizens living in the stairways with a poster and we hypothesize that the effect will be larger for immigrants and descendants based on the findings in Bhatti et al. (2014a).

Research design and sampling

We apply a cluster-randomized design and block on the 25 residential areas. Individual voters are clustered in households which are clustered in stairways. Within each block, 50 percent of the stairways will be randomly allocated to receive the treatment poster. We have received a list of the addresses in each of the housing areas. Based on this list we perform the randomization and get the following allocation of units:

Residential area	No. of treatment stairways	No. of control stairways	Total
Mjølnerparken	27	26	53
Tingbjerg/Utterslev	230	231	461
Bispeparken	42	42	84
Tåstrupgård	59	59	118
Charlotteager	55	55	110
Gadehavegård	52	53	105
Askerød	37	38	75
Karlemoseparken	33	33	66
Rønnebærparken	37	37	74
Agervang	28	28	56
Ringparken	47	47	94
Motalavej	53	53	106
Solbakken	43	42	85
Vollsmose	242	243	485
Byparken/Skovparken	37	38	75
Nørager/Søstjernen	32	32	64
Stengårdsvej	135	135	270
Korskærparken	73	72	145
Sundparken	37	36	73
Munkebo	86	86	172
Skovvejen	51	52	103
Finlandsparken	26	27	53
Bispehaven	62	61	123
Skovgårdsparken	46	46	92
Gellerupparken	71	72	143
Total	1,711	1,714	3,425

Family houses pose a challenge in the implementation of our study since such houses do not have stairways to hang posters in. Such houses are a minority in the sample, and we cannot identify them all up-front. We have been informed about five streets in the largest housing area, Vollsmose, which solely consists of family houses. These have been removed from the sample before randomization. We are trying to get information from the rest of the housing areas. In case we cannot get such information, we will exclude such houses from the analysis after the election, as we will know about the type of house after the election. There is an equal probability for this type of house to be sampled into the treatment and control group and it should therefore not pose a problem to the causal inference of the study.

Since we are working with the full population and are splitting the sample into two equally sized groups within blocks, there is no further leverage to improve the design in order to gain statistical power. We have not made power calculations for the same reason – there is simply not more we can do and there is a strong need for experimental evidence, which means that we are willing to implement the design as long as it is somewhat meaningful in terms of causal inference.

Implementation

Based on the lists that we deliver to CEM, the posters will be put up in the treatment stairways between 11 and 6 days ahead of the election. CEM has a partnership with BL – Danish Social Housing, which is a central interest organization that has all 25 housing areas in our study as members. This will give access to staff on the ground who can help hanging up the posters. Furthermore, by partnering with BL, the probability that the poster stays in the treatment stairways increases as the project is improved. Otherwise, it is practice in many areas that they remove posters which have not been approved by the local organization.

In most of the areas, an employee from CEM will personally travel to and secure the implementation of the project. We will get information about which areas after the study. To check that the implementation has been done correctly, we will make visits to a number of the areas verifying the implementation.

Finally, if implementation problems occur, the CEM-employer will inform us about it and we will try to solve it before the election or take it into account in the analysis. For instance, it might happen that the treatment assignment is not followed properly in some areas. If so, we can exclude the entire area in the analysis and discuss the implications.

Analysis

Since we do not know whether subjects assigned to treatment actually receive the treatment, we will estimate ITT-effects. The main analysis will be a regression with turnout as the dependent variable, treatment assignment as the independent variable, block fixed effects and standard errors clustered at the stairway level. This will give us the ITT-effect averaged across the 25 districts. To minimize

standard errors, we will also do an analysis in which we control for a number of pretreatment variables (e.g., gender, age, housing situation, education). We also have information about the treatment assignment in the three other experiments described in this document, which we can control for (see also the final section of the document). We apply one-sided hypothesis testing with a 95 percent significance level throughout the analysis since we have no reason to suspect that the treatment will have negative effects on turnout.

We will also estimate the ITT-effect in each block. This will be done by interacting the treatment assignment and the block-dummy variable. By doing this, we will be able to investigate to which degree the effect is similar across blocks or whether it is due to large effects in some blocks.

We will interact the treatment effect with immigrants/descendants vs. ethnic Danish origin. Furthermore, we will use a more detailed variable of ethnic background investigating the effect conditional on whether individuals are immigrants or descendants.

Interference between the groups possesses a threat to the causal inference of the experiment. For instance, we can imagine that individuals living in a stairway in the control group visit someone living in a treatment group stairway. If so, they will be exposed to the treatment although they are assigned not to. Unfortunately, we cannot do anything within the scope of this experiment to tackle this challenge. If anything, control group individuals who are exposed to the treatment will inflate the turnout rates of the control group, which thereby leads to a conservative estimation of the treatment effect.

Spillover effects and cumulative effects across the experiments

In addition to the analysis described for each of the experiments above, we intend to do two types of analysis across the experiments.

First, we plan to investigate potential spillover effects to household and family members. From the register data, we can identify the household members and family members of individuals in the treatment and control groups. A similar analysis based on the experiments in 2013 and 2014 found that approximately 30 percent of the treatment effect spilled over to other household members (Bhatti

et al. 2017d). This study was slightly underpowered for which reason adding more evidence will be helpful.

Second, we expect to investigate cumulative effects of GOTV-interventions. In an election campaign, voters are potentially exposed to many different campaign appeals. Researchers using field experiments can only identify the causal effect of the intervention under investigation. We are aware that this is a marginal effect of the particular intervention, but we usually cannot know what other types of communication the treated receives. Other interventions are not under our control, and they are rarely randomized.

In our context, we are the only researchers who have access to the voter turnout data. Thereby, organizations and researchers interested in experimental tests of their interventions have to go through us. Furthermore, since Denmark is a comparatively small country, the research community and public know very well that our team is the one who has done all prior GOTV-experiments and will therefore, go to us with ideas for upcoming experiments. One municipality, Silkeborg, is running their own experiment and we will analyze the effect after the election. In sum, we are certain that no other GOTV-experiments are conducted than the four described in this document and the experiment in Silkeborg in relation to the 2017 Local Elections.⁸

Since we will randomly allocate treatment and control group status independently in the experiments, some individuals will be in more than one treatment group. This allows us to test the potential cumulative effect of different types of interventions. The table gives an idea of how this data structure might look in a small subsample.

Subject	Experiment 1	Experiment 2a	Experiment 2b	Experiment 3
A	X			
B		X	X	
C	X		X	X
D	X	X	X	X

X = treated.

⁸ Obviously, a lot of mobilization and campaign activity takes place. This is also the case in existing studies. As such, our experiments test the effect of the given intervention on-top of what else is going on in the campaigns.

In practice, the picture will be complicated and we are at this stage not certain as to the potential for analyzing cumulative effects. Thus, this analysis will be explorative in nature and depends on sufficient group sizes and statistical power to conduct.

Downstream effects

By getting the turnout data in 2017, we will be able to investigate potential downstream effects of the mobilization experiments that we ran in relation to the previous local elections in 2013 and the European Parliament election in 2014 (Bhatti et al. 2017b; Bhatti et al. 2017c; Bhatti et al. 2017d; Bhatti et al. 2014c). A part of the sample in the 2017-experiments described in this document have been treated in 2013 or 2014 while others have not. We intend to explore whether cumulative treatment across elections makes a difference and whether disruption of campaign contact (e.g., being treated in 2013 and 2014, but not in 2017) matters for turnout.

Other remarks

All projects have been approved by the Danish Data Protection Agency (DDPA) and the office of the Danish Civil Registration System. We will store the data in accordance with the regulations under which our project is approved. Furthermore, we comply all regulations and guidelines put out by DDPA and Statistics Denmark.

The data will be stored on a secured server at Statistics Denmark. Due to the regulations that we work under, data from the project cannot be made publicly available on the Internet. An exemption can potentially be made for analysis that does not use other information than turnout and treatment assignment.

Bilag - Publikationsliste fra Det Danske Valgdeltagelsesprojekt

Engelske internationale peer-review artikler

- Bhatti, Y & Hansen, K. M. (2018). Municipal amalgamations and voter turnout – evidence from Denmark. Under review.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2012). Leaving the Nest and the Social Act of Voting: Turnout among First-Time Voters. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*. 22(4): 380-406.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2012). Retiring from Voting: Turnout among Senior Voters. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*. 22(4): 479-500.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2012). The effect of generation and age on turnout to the European Parliament – How turnout will continue to decline in the future. *Electoral Studies*. 31(2): 262-272.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2013). Public employees lining up for the polls - the conditional effect of living and working in same district. *Public Choice*. 156 (3-4): 611-629.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2016). The Effect of Residential Concentration on Voter Turnout among Ethnic Minorities. *International Migration Review*. 50(4): 977-1004.
- Bhatti, Y. (2012). Distance and Voting: Evidence from Danish Municipalities. *Scandinavian Political Studies*. 35(2): 144-158.
- Bhatti, Y. (2017). Type of education and voter turnout. Evidence from a register-based panel. *Electoral Studies*. Online early access.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. (2015). Getting Out the Vote With Evaluative Thinking. *American Journal of Evaluation*. 36(3): 389-400.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K.M. (2016). Is door-to-door canvassing effective in Europe? Evidence from a meta-study across six European countries. *British Journal of Political Science*. Online early access.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K.M. (2017). Moving the Campaign From the Front Door To the Front Pocket: Field Experimental Evidence on the Effect of Phrasing and Timing of Text Messages on Voter Turnout. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*. 27(3): 291-310.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2017). How Voter Mobilization from Short Text Messages Travels within Households and Families: Evidence from two Nationwide Field Experiments. *Electoral studies*. 50: 39-46.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2018) Living Together, Voting Together: Cohabitation Instantly Cause Concordance in Turnout Behavior and Increase Turnout. Under review.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2018). Can Governments Use Get Out The Vote Letters to Solve Europe's Turnout Crisis? Evidence from a Field Experiment, *West European Politics*. 41(1): 240-260.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2018). Core and Peripheral Voters: Predictors of Turnout Across Three Types of Danish Elections. *Political Studies*, Online early access.
- Bhatti, Y., Fieldhouse, E. & Hansen, K. M. (2018) It's a group thing: How voters go to the polls together. *Political Behavior*, Online early access
- Bhatti, Y., Hansen, K.M. & Wass, H. (2012). The relationship between age and turnout: A roller-coaster ride. *Electoral Studies*. 31(3): 588-593.

- Bhatti, Y., Hansen, K.M. & Wass, H. (2016). First-time boost beats experience: The effect of past eligibility on turnout. *Electoral Studies*. 41(2): 151-158.
- Bhatti, Y., Hansen, K.M., Naurin, E., Stolle, D. & Wass, H. (2018). Can you deliver a baby and vote? The effect of the first stages of parenthood on voter turnout. *Journal of Election, Public Opinion and Parties*, Online early access.
- Bhatti, Y., Danckert, B. & Hansen, K.M. (2016). The Context of Voting: Does Neighborhood Ethnic Diversity Affect Turnout? *Social Forces*. 95(3):1127-1154.
- Dahlgaard, J. O. (2017) Trickle-up political socialization: The causal effect on turnout of parenting a newly enfranchised voter. *American Political Science Review*. Online early access.
- Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H., Hansen, K.M. & Bhatti, Y. (2018) Bias in self-reported voting and how it distorts turnout models: Disentangling non-response bias and over-reporting among Danish voters. Under review.
- Hansen, J.H. (2016). Residential Mobility and Turnout: The Relevance of Social Costs, Timing and Education. *Political Behavior*, 38(4): 769-791.
- Hansen, K.M. (2012). Turnout – Socialization and Social Networks. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*. 22(4): 377-379.

Danske peer-review artikler

- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H., Hansen, K.M. & Olsen, M.M. (2016). Fra valgsted til indkøbscentre. Danskernes stigende brug af brevstemmer. *Politik*. 19(2): 97-115.
- Bhatti, Y. & Hansen, K. M (2017). Valgdeltagelsen blandt ikke-vestlige indvandrere og efterkommere. *Politica*. 49(3): 249-272.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2010). Kommunalreformens betydning for den kommunale valgdeltagelse. *Tidsskriftet Politik*. 13(3): 6-16.

Bidrag til antologier

- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Elklit, J. & Hansen, K.M. (2017). "Hvorfor steg valgdeltagelsen", pp. 113-132 in J. Elklit, C. Elmelund-Præstekjær & U. Kjær (eds.) *KV13. Analyser af kommunalvalget 2013*. Odense: University of Southern Denmark Press.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2017). "Valgdeltagelsen" pp. 131-150 in K.M. Hansen & R. Stubager (eds.) *Oprør fra udkanten. Folketingsvalget 2015*. København: DJØF forlag.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2017). "Kan mobiliseringskampagner øge valgdeltagelsen?" pp. 93-112 in J. Elklit, C. Elmelund-Præstekjær & U. Kjær (eds.) *KV13. Analyser af kommunalvalget 2013*. Odense: University of Southern Denmark Press.
- Bhatti, Y.; J. Elklit & Hansen K.M. (2013). "Hvorfor faldt valgdeltagelsen?" pp. 61-79 in J. Elklit & U. Kjær (eds.). *KV09: Analyser af kommunalvalget 2009*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Bhatti, Y., Hansen, K.M. & Kjær, U. (2017). "Ligner kommunalpolitikere deres vælgere?" pp. 221-248 in J. Elklit, C. Elmelund-Præstekjær & U. Kjær (eds.) *KV13. Analyser af kommunalvalget 2013*. Odense: University of Southern Denmark Press.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2013). "Nydanskernes repræsentation i kommunalbestyrelserne". pp 339-396 in J. Elklit & U. Kjær (eds.) *KV09: Analyser af kommunalvalget 2009*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2013). "Nydanskernes valgdeltagelse: Effekten af familiestruktur og ghettoer." pp. 81-102 in J. Elklit & U. Kjær (eds.) *KV09: Analyser af kommunalvalget 2009*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.

- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2011). "Valgdeltagelsen blandt danske unge". pp. 123-137 in Valgretskommissionen: *Demokrati for fremtiden – Valgretskommissionens betænkning om unges demokratiske engagement*. Copenhagen: DUF - The Danish Youth Council.
- Bhatti, Y & Hansen, S.W. (2013). "Denmark: The first years of regional voting after comprehensive reform" in R. Dandoy and A. Schakel (eds.): *Regional and National Elections in Western Europe. Territoriality of the Vote in Thirteen Countries*, Basingstoke/Houndmills: Palgrave Macmillan: 68-87.
- Hansen, J. H., Hansen, K. M. & Levinsen, K. (2017). "Valgdagen som socialt ritual" pp. 133-152 in J. Elklit, C. Elmelund-Præstekjær & U. Kjær (eds.) *KV13. Analyser af kommunalvalget 2013*. Odense: University of Southern Denmark Press.
- Hansen, K.M. & Hoff, J. (2013). "Gør den kommunale kampagne en forskel?" pp. 137-158 in J. Elklit & U. Kjær (eds.) *KV09: Analyser af kommunalvalget 2009*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.

Danske rapporter og arbejdsrapporter

- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2017). Hvem stemmer i Regionerne? Beskrivende analyser af valgdeltagelsen baseret på registerdata ved RV13. *CVAP Working Papers Series*, 1/2017.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2016). Valgdeltagelsen og vælgerne til Folketingsvalget 2015. *CVAP Working Papers Series*, 1/2016.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2015). Mobiliseringsinitiativer ved KV13. *CVAP Working papers Series*, 2/2015.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2014). Mobilisering via SMS til Europaparlamentsvalget 25. maj 2014. *CVAP Working papers Series*, 5/2014.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K. M. (2014). Hvem stemte til EP-valget 2014? - Valgdeltagelsen ved Europa-Parlamentsvalget 25. maj 2014. Beskrivende analyser af valgdeltagelsen baseret på registerdata. *CVAP Working papers Series*, 4/2014.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2014). Kan man øge valgdeltagelsen? Analyse af mobiliseringstiltag ved kommunalvalget den 19. november 2013. *CVAP Working papers Series*, 3/2014.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J. H. & Hansen, K.M. (2014). Hvem stemte og hvem blev hjemme? Valgdeltagelsen ved kommunalvalget 19. november 2013. Beskrivende analyser af valgdeltagelsen baseret på registerdata. *CVAP Working papers Series*, 2/2014.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2010). Valgdeltagelsen og de sociale netværk - multivariat analyse af den kommunale valgdeltagelse 2009 baseret på registerdata. Working paper no. 6, Department of Political Science, University of Copenhagen. Also published at www.nyidanmark.dk.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2010). Valgdeltagelsen blandt danske unge. Working paper no. 5, Department of Political Science, University of Copenhagen. Also published at www.nyidanmark.dk.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2010). Valgdeltagelsen ved kommunalvalget 17. november 2009. Beskrivende analyser af valgdeltagelsen baseret på registerdata. Working paper no. 3, Department of Political Science, University of Copenhagen. Also published at www.nyidanmark.dk.
- Hansen, K.M. (2018) Valgdeltagelsen ved kommunal- og regionsvalget 2017. *CVAP Working Papers Series* 1/2018.

Ph.d.-afhandlinger

- Dahlgaard, J.O. (2017). *It runs in the family: How social relations within the household and family shape the decision to vote*. PhD dissertation, Department of Political Science, Faculty of Social Sciences, University of Copenhagen. Academic Books.
- Hansen, J.H. (2017). *Social Influence, Voter Turnout and Mobilization*. PhD dissertation, Department of Political Science, Faculty of Social Sciences, University of Copenhagen. Academic Books.
- Bhatti, Y. (2011). *Voter turnout – causes and consequences*, PhD dissertation, Department of Political Science, Faculty of Social Sciences, University of Copenhagen. Academic Books.

Danske og engelske formidlingsartikler

- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2017). Demokrati: Mange nydanskere dropper lokalvalget, *Politiken Analyse*, 2. sektion, side 6, 29. oktober.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.O., Hansen, K.M. & Hjelm, U. (2017). Forskere advarer: Lav valgdeltagelse ved KV17 udfordrer lokaldemokratiet, *Altinget*, 6. oktober.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2015). Valg: sådan kan kampagner få flere til at stemme. *Politologisk Årbog*. pp. 94-97.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2014). Forskere og studerende banker – måske – valgdeltagelsen op. *Med Andre Ord*. 1(2):30.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2014). Europa-Parlamentsvalget var de højtuddannedes fest. *Politiken*, 10. december.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. (2013) Felteksperimenter som metode til at skabe bedre evidens. *Administrativ Debat*, 3:16-18.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. (2013) AKTUEL GRAF 9: Stemmeberettigede opdelt efter herkomst i kommunerne ved KV13. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H., & Hansen, K.M. (2013) AKTUEL GRAF 8: Stemmeberettigede og unge førstegangsvælgere i kommunerne ved KV13. Center for Valg og Partier, Institut for Statskundskab, Københavns Universitet.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H., Hansen, K.M. & Olsen, M.M. (2013). Kommunalvalgets stemmekrise: Ingen garanti for at flere brevstemmer er løsningen. *Ræson*, 1. november 2013.
- Bhatti, Y., Hansen, K.M. & Kjær, U. (2017). Forskere: Nydanskere er underrepræsenterede i kommunalbestyrelserne, *Altinget*, 25. oktober 2017.
- Bhatti, Y., Hansen, K.M., & Wass, H. (2014). Electoral turnout for young people peaks immediately after their enfranchisement then falls sharply. *EUROPP, LSE*. <http://bit.ly/1nkIoss>.
- Bhatti, Y., Hansen, K.M. & Pedersen, D.G. (2010). De fattige stemmer ikke. *Danske Kommuner*, 33: 20-22.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2010). Unge mænd vælger sofaen. *Politiken*. Feature article. 27. august.
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (2010). Tilbageslag for den demokratiske integration - valgdeltagelsen falder". *Aktuel graf nr. 5*. Center for Valg og Partier (CVAP). *Aktuel Graf Serien*. www.cvap.polsci.ku.dk.

Referencer

- Bergh, J., Christensen, D. A. & Matland, R. E. 2016. Getting Out the Vote. Experiments in voter mobilization among immigrants and natives in Norway, Oslo, Norway: Institute for social research.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2014a. *Kan man øge valgdeltagelsen? Analyse af mobiliseringstiltag ved kommunalvalget den 19. november 2013*, København: Institut for Statskundskab, Københavns Universitet.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2014b. *Mobilisering via SMS til Europaparlamentsvalget 25. maj 2014*, København: Institut for Statskundskab, Københavns Universitet.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2014c. Evaluating the effect of government communication towards young citizens – a randomized wait-list field experiment. *Nordic Political Science Association Conference*. Gothenburg.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2014d. *Hvem stemte og hvem blev hjemme? Valgdeltagelsen ved kommunalvalget 19. november 2013. Beskrivende analyser af valgdeltagelsen baseret på registerdata*, København: Institut for Statskundskab, Københavns Universitet.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2015a. Getting Out the Vote With Evaluative Thinking. *American Journal of Evaluation*, 36(3): 389-400.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2015b. Mobiliseringsinitiativer ved KV13, København: Institut for Statskundskab, Københavns Universitet.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2016a. Is Door-to-Door Canvassing Effective in Europe? Evidence from a Meta-study across Six European Countries. *British Journal of Political Science*: 1-12.
- Bhatti, Y.; Hansen, K.M. & Wass, H. 2016b First-time boost beats experience: The effect of past eligibility on turnout. *Electoral Studies*. 41(2):151-158.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2017a. Valgdeltagelsen til folketingsvalget 2015. In: Hansen, K. M. & Stubager, R. (ed.) *Folketingsvalget 2015*. DJØF.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2017b. Moving the campaign from the front door to the front pocket: field experimental evidence on the effect of phrasing and timing of text messages on voter turnout. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*: 1-20.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2017c. Can governments use Get Out The Vote letters to solve Europe's turnout crisis? Evidence from a field experiment. *West European Politics*: 1-21.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2017d. How voter mobilization from short text messages travels within households and families: Evidence from two nationwide field experiments. *Electoral Studies*, 50(Supplement C): 39-49.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H. & Hansen, K. M. 2017e. Kan mobiliseringskampagner øge valgdeltagelsen? pp. 93-112 In: Elklit, J., Elmelund-Præstekær, C. & Kjær, U. (red.) *KV13: Analyser af kommunalvalget 2013*. Odense: University Press of Southern Denmark.
- Bhatti, Y., Dahlgaard, J.O., Hansen, J.H. & Hansen, K.M. 2018a Bias in self-reported voting and how it distorts turnout models: Disentangling non-response bias and over-reporting among Danish voters. Accepted with minor revision in *Political Analysis*.
- Bhatti, Y.; Fieldhouse, E. & Hansen, K.M. 2018b It's a Group Thing: How Voters go to the Polls Together. *Political Behavior*, Online early access.

- Dale, A., and A. Strauss. 2009. Don't Forget to Vote: Text Message Reminders as a Mobilization Tool. *American Journal of Political Science* 53(4): 787-804.
- Folketinget 2014. Notat til Udvalget for Forretningsorden om nyt koncept for "Min grundlov". I: Kommunikationsenhed, F. (red.). København: Folketinget.
- Franco, A., Malhotra, N. & Simonovits, G. 2014. Publication bias in the social sciences: Unlocking the file drawer. *Science*, 345(6203): 1502-1505.
- Gerber, A. S. & Green, D. P. 2012. *Field Experiments: Design, Analysis, and Interpretation*, New York: W. W. Norton Limited.
- Gerber, A. S. & Green, D. P. 2016. Field Experiments on Voter Mobilization: An Overview of a Burgeoning Literature. In: Duflo, A. B. a. E. (red.) *Handbook of Field Experiments*. Elsevier.
- Green, D. P. & Gerber, A. S. 2015. *Get Out the Vote. How to Increase Voter Turnout*: Brookings Institution Press.
- Green, D. P., Mcgrath, M. C. & Aronow, P. M. 2013. Field experiments and the study of voter turnout. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties*, 23(1): 27-48.
- Hansen, K.M. (2018) Valgdeltagelsen ved kommunal- og regionsvalget 2017. CVAP Working Papers Series 1/2018.
- Jason. D. W. & Kollerup, S. (2014) Dør-til-dør-kampagnens effekt på kendskab, personlige stemmer og partivalg – et felteksperiment. In: Hansen, K. M. & Kosiara-Pedersen, K. (red.) *Folketingsvalgkampen 2011 i perspektiv*. København, DJØF Forlag.
- John, P. & Brannan, T. 2008. How Different Are Telephoning and Canvassing? Results from a 'Get Out the Vote' Field Experiment in the British 2005 General Election. *British Journal of Political Science*, 38(03): 565-574.
- Kennedy, C. J. & Mann, C. B. (2015) *Randomize – Stata package*. University of California, Berkeley and Skidmore College.
- Lijphart, A. 1997. Unequal Participation: Democracy's Unresolved Dilemma. *American Political Science Review*: 1-14.
- Malhotra, N., Michelson, M. R., Rogers, T. & Valenzuela, A. A. 2011. Text messages as mobilization tools: The conditional effect of habitual voting and election salience. *American Politics Research*, 39(4): 664-681.
- Michelson, M. R. & Nickerson, D. W. 2011. Voter mobilization. pp. 228-242 In: James N. Druckman, D. P. G., James H. Kuklinski, Arthur Lupia (red.) *Cambridge Handbook of Experimental Political Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Monogan, J. E. 2015. Research Preregistration in Political Science: The Case, Counterarguments, and a Response to Critiques. *PS: Political Science & Politics*, 48(3): 425-429.
- Nyman, P. 2017. Door-to-door canvassing in the European elections: Evidence from a Swedish field experiment. *Electoral Studies*, 45: 110-118.
- Ramiro, L., Morales, L. & Jiménez-Buedo, M. 2012. The Effects of Party Mobilization on Electoral Results. An Experimental Study of the 2011 Spanish Local Elections. *IPSA 2012*.
- Regeringen & Dansk Folkeparti 2004. *Aftaler om Finansloven for 2005 I: Finansministeriet* (ed.). Copenhagen: Schultz Information.
- Transport- Bygnings- Og Boligministeriet 2016. Liste over ghettoområder pr. 1. december 2016. I: Transport-, B.-O. B. (ed.). København: Transport-, Bygnings- og Boligministeriet.

Om forfatterne

Kasper Møller Hansen, ph.d., er professor ved Institut for Statskundskab, Københavns Universitet. Han forsker bl.a. i holdningsdannelse, vælgeradfærd og valgdeltagelse. Han er forskningsleder af det indeværende forskningsprojekt om valgdeltagelse. Desuden har han siden 2014 været leder af den Danske Nationale Valgundersøgelse (DNES). Han har senest blandt andet publiceret bøgerne *Oprør fra udkanten* (2017, medforfattet), DJØFs Forlag, *The Nordic Voter* (2014, medforfattet), ECPR-Press, *Krisevalg* (2014, medforfattet) og *Folketingsvalgkampen 2011 i perspektiv* (2014, medforfattet), DJØFs Forlag. Desuden har han publiceret en lang række artikler i blandt andet British Journal of Political Science, Political Behavior, Political Communication, European Journal of Political Research, West European Politics, European Union Politics, Public Choice, Electoral Studies, Political Studies, American Journal of Evaluation, Party Politics, Worlds Political Science, Acta Politica, Journal of Elections, Public Opinion and Parties, International Journal of Public Opinion Research, Scandinavian Political Studies, Public Administration, Social Forces, International Migration Review, Journal of Information Technology & Politics, Politica, Økonomi & Politik og Metode & Data. Se www.kaspermhansen.eu for yderligere information.

Jonas Hedegaard Hansen, ph.d., har blandt andet forsket i valg, valgdeltagelse, kampagneformer, politisk psykologi, holdningsdannelse og politisk adfærd. Hans forskning er blandt andet publiceret ved DJØF-forlaget, Administrativ Debat og Politica samt i flere internationale tidsskrifter som eksempelvis British Journal of Political Science, Political Behavior, West European Politics, Electoral Studies, Political Studies, American Journal of Evaluation, Worlds Political Science, Journal of Elections, Public Opinion and Parties og Scandinavian Political Studies. Desuden er han forfatter til *Social Influence, Voter Turnout and Mobilization* (2017) PhD dissertation, Department of Political Science, Faculty of Social Sciences, University of Copenhagen. Academic Books.